

## Глава V. Семантическое ядро: Ключевые слова

В этом разделе будет рассмотрено все, что связано с составлением семантического ядра и грамотным подбором ключевых слов и фраз.

## Часть V/1. Подбор ключевых слов для продвижения сайта

[Автор: Александр Люстик \(MyOST\)](#)



Составление семантического ядра сайта, а иначе говоря подбор ключевых слов для продвижения сайта - это одна из самых важных частей в работе оптимизатора. Переоценить этот этап работ невозможно, ведь это фундамент, который определит будет ли успешным продвижение сайта или нет, успешным как для заказчика, так и для исполнителя.

### Почему множество клиентов разочаровываются в SEO?

Вы никогда об этом не задумывались?

А я могу раскрыть один важный момент, почему это происходит. Причем мы пока даже **не говорим** о ценах на продвижение сайта, не говорим о сроках работ по продвижению, не говорим о достижении или не достижении заветного ТОПа.

Предположим обычную ситуацию, когда в *SEO фирму* обратился заказчик, предоставил список *ключевых слов* для раскрутки сайта. Фирма добросовестно выполнила желание клиента - **ТОП достигнут**, но почему-то заказчик не доволен результатом. Частично он разочаровывается в SEO и все, на какой-то период времени он уходит из интернета, не продвигает больше это направление.

Одна из самых часто встречающихся причин такого "расстройства" - **не правильный подбор ключевых выражений**, а порой просто **не профессиональное** составление семантического ядра для сайта.

Я решил написать этот пост, после того, как на почту пришел очередной список слов с "подопечным" для продвижения. Сайт компании **продвигают в районе 1 года**, бюджет правда не большой для этой тематики - всего 400 долларов (у предыдущей фирмы был такой бюджет 😊).

Давайте посмотрим на ключевые слова:

Ключевое выражение	Показы
создание фирмы	8036
создание компании	8432
создание ооо	10089
регистрация ооо готовые фирмы	125
регистрация ооо в г. москва	27
регистрация ооо в москве	1303
регистрация фирм ооо	2024
регистрация юридических лиц	35095
перерегистрация ооо	14791
перерегистрация устава ооо	469
регистрация изменений ооо	656
внесение изменений в учредительные документы	3790
изменения в закон об ооо	415
изменения в уставе ооо	1892
изменения ооо 2009	753
регистрация гск	256
<b>ИТОГО:</b>	<b>88153</b>

Часть запросов, естественно не самых интересных для этой тематики, уже в топе, причем **ТОП-5**, но заказчик не доволен видимо, раз ищет другого исполнителя. В табличке сняты данные по *вордстату*, для каждого слова, сегодня.

Я так полагаю, что фирма "**юридически**" перед заказчиком чиста, чуть позже в постах я еще коснусь темы так называемых **гарантий на продвижение сайтов**, а также тех тонкостей в договоре на продвижение, которые обычно бывают. Полагаю, что и здесь выведен определенный % от общего числа ключевых слов, а значит формально договоренность выполнена.

### Какие ключевые слова вы выкинули бы 100%?

Ну да - 4 и 5 выражение скорее всего, это понятно по статистике показов. А давайте проанализируем дальше и посмотрим, чего точно уж не нужно продвигать, ввиду **достаточно больших затрат на эти слова**, которые можно охарактеризовать как пустышки или просто накрученные запросы.

Небольшие пояснения к колонкам: **Показы** (по данным вордстат), **Словоформа** (по данным вордстат в точной словоформе), **Трафик** (возможный трафик для ТОП-3 при наличии в основных поисковых системах).

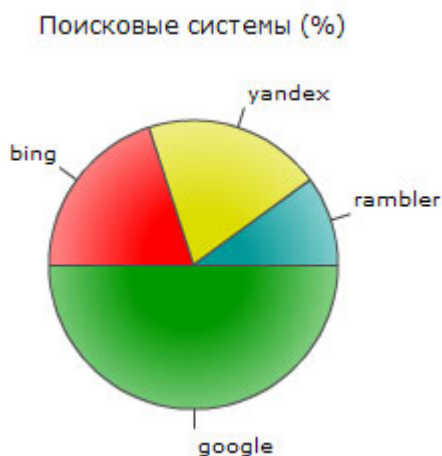
Ключевое выражение	Показы	Словоформа	Трафик
создание фирмы	8036	281	150
создание компании	8432	57	50
создание ооо	10089	704	250
регистрация ооо готовые фирмы	125	76	250
регистрация ооо в г. москва	27	2	0
регистрация ооо в москве	1303	913	200
регистрация фирм ооо	2024	127	50
регистрация юридических лиц	35095	1534	650
перерегистрация ооо	14791	3131	8000
перерегистрация устава ооо	469	13	300
регистрация изменений ооо	656	64	50
внесение изменений в учредительные документы	3790	265	400
изменения в закон об ооо	415	153	800
изменения в уставе ооо	1892	29	1000
изменения ооо 2009	753	13	0
регистрация гск	256	44	0
<b>ИТОГО:</b>	<b>88153</b>	<b>7406</b>	<b>12150</b>

Итак, мы выкидываем из этого списка запросов 100% ключевые выражения: "регистрация гск", "изменения ооо 2009", "регистрация ооо в г. москва", я пометил эти слова красным цветом, это **обычные слова пустышки**, которые многие оптимизаторы включают в ядро запросов под видом низкочастотной составляющей, хотя нужны они для повышения процента выполнения, по договору.

Дальше - пометка желтым цветом, это запросы, которые **на 100% не стоят потраченных на них денег**, т.е. трафик конечно по ним есть, но все-таки это тупо накрученные запросы: "создание компании", "регистрация фирм ооо", "регистрация изменений ооо".

Также из этого списка ключевых слов, в последствии, будут выброшены слова **с явно завышенной стоимостью продвижения**, в соотношении к получаемому трафику. В этой статье я решил не акцентировать на этом внимание, все-таки это уже зависит больше от самого заказчика, кому-то будет не важно, что цена слова будет в разы превышать отдачу от него.

Да, наверно у кого-то возникнет вопрос, почему запрос "изменения в уставе ооо" имеет в реальном выражении всего **29 показов**, но трафик при этом, по прогнозам равен **1 тысяче посетителей**. Здесь нужно взглянуть в структуру этого трафика.



Показы считаем по Яндекс, а доля Яндекса в трафике с этого запроса - не так велика. Плюс ко всему накладывается отпечаток того, что **трафик прогнозируется не по точной словоформе**.

Кстати, еще 1 важный момент - **это точная словоформа**, которую обязательно нужно уточнять, иначе деньги могут быть выброшены на ветер. Выдача по разным вариантам одной ключевой фразы может сильно отличаться, где-то будет трафик, а где-то нет, где-то просто будет чуть меньше.

Что должен понимать заказчик, а точнее что должен учесть оптимизатор при составлении семантического ядра запросов для сайта?

- Нужно определить **точную словоформу** для продвижения запроса.
- Нужно исключить **слова-пустышки** из семантического ядра.
- Нужно исключить **явно накрученные запросы** из списка ключевых слов.
- Нужно вычеркнуть **ключевые слова с неадекватной стоимостью** продвижения.

Если эти правила соблюдены, то останется только **3 вопроса к продвиженцу**, которые можно решить усердной работой, а именно:

- Гарантии при продвижении сайта.
- Стоимость поискового продвижения.
- Сроки продвижения сайта по ключевым запросам.

Как я писал ранее - правильно составленное семантическое ядро способно принести **реальные результаты**, но если этот "фундамент" сделан плохо, то заказчик потратит как деньги, так и время в

пустую, а значит и исполнитель останется в минусе, т.к. если заказчик доволен продвижением сайта - это значит одно, вы будете получать свои деньги в течении многих лет 😊

Это всего один шаг в работе над сайтом, мы даже не касались оптимизации сайта, выбора целевой поисковой системы для продвижения, а также *конверсии*, но это уже в последующих публикациях, если будет интересно читателям.

**Sevab:**

[Также советую посмотреть видеоуроки по подбору ключевых слов.](#)

## Часть V/2. Как подбирать ключевые слова для продвижения сайта

[Автор: Михаил Шакин \(Globator\)](#)

Успех продвижения сайта во многом зависит от правильной стратегии. А стратегия, в свою очередь, зависит от правильно подобранных ключевых слов. Если в самом начале продвижения неверно определиться с ключевыми словами, то можно впустую потратить много времени, сил и средств.



Поэтому я сегодня расскажу о том, как правильно подбирать ключевые слова для продвижения сайта. Есть много сервисов и программ для подбора ключевых слов, но это тема отдельной статьи. Я покажу самый простой способ, который доступен любому, абсолютно бесплатен и одновременно эффективен. К тому же ручной подбор ключевых слов позволит Вам понять суть этого процесса и дальнейшем эти знания будут полезны в продвижении вашего сайта.

Итак, приступим. Я буду рассказывать на примере подбора слов для этого блога - [shakin.ru](http://shakin.ru). Начнем с того, чтобы определить самые общие поисковые запросы. Для этого блога это будут: продвижение сайтов, SEO, веб-дизайн, креатив.

Теперь идем на сервис подбора слов яндекса [Вордстат](http://wordstat.yandex.ru). В поле “Ключевые слова и словосочетания” вводим нужный нам ключевой запрос и жмем кнопку “Подобрать”. Я введу “продвижение сайтов”. В результате видим две колонки.

Сначала обращаю ваше внимание на правую колонку. В ней выводятся поисковые запросы, которые пользователи вводят в поисковиках наряду с вашим запросом. То есть Яндекс подсказывает вам, какие запросы также можно использовать в дополнение к вашим.

Что еще искали люди, искавшие «**продвижение сайтов**»:

Слова	Показов в месяц
<a href="#">оптимизация</a>	656620
<a href="#">продвижение</a>	948489
<a href="#">раскрутка</a>	1262352
<a href="#">поисковая оптимизация</a>	185334
<a href="#">поисковое продвижение</a>	152606
<a href="#">раскрутка сайта</a>	1152388
<a href="#">поисковая оптимизация сайта</a>	125867
<a href="#">оптимизация сайта</a>	411475
<a href="#">поддержка сайта</a>	37598

В моем случае к моему запросу “продвижение сайтов” из правой колонки можно взять “оптимизация”, “продвижение”, “раскрутка”, “продвинуть сайт” и т.д. Достаточно кликнуть на этих запросах, и вы увидите список дополнительных ключевых слов для продвижения вашего сайта. Кстати, советую кликать на ссылках колесом мышки - тогда они автоматически будут открываться в новой вкладке браузера. Этот прием работает во всех браузерах, экономит много времени и я его активно использую при серфинге по интернету, очень удобно 😊.

Вернемся к левой колонке. В верхней части этой колонки мы видим надпись “Что искали со словами “продвижение сайтов” — 809179 показа в месяц.”

Что искали со словами «**продвижение сайтов**» — 809179 показа в месяц.

Слова	Показов в месяц
<a href="#">продвижения сайта</a>	809883
<a href="#">раскрутка продвижение сайта</a>	327157
<a href="#">продвижение поисковых сайтов</a>	135807

Цифры рядом с каждым запросом в результатах подбора дают предварительный прогноз числа показов в месяц, которое вы получите, выбрав этот запрос в качестве ключевого слова. Так, цифра рядом с запросом “продвижение сайтов” обозначает число показов по всем запросам с фразой “продвижение сайтов”, например:

“*продвижение сайта яндекс*”  
 “*продвижение сайтов москва*”  
 “*услуги продвижения сайта*”  
 “*качественное продвижение сайта*” и т.д.

То есть в левой колонке мы найдем все запросы с фразой “продвижение сайтов”.

Теперь приступим к составлению таблицы excel, такой вариант является самым удобным. Копируем ключевые слова, начиная с первой строки:

Что искали со словами «продвижение сайтов» — 809179 показа в месяц.

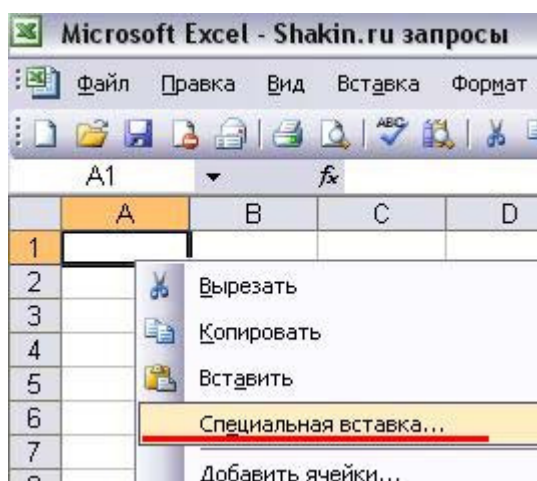
Слова	Показов в месяц
продвижения сайта	809883
раскрутка продвижение сайта	327157
продвижение поисковых сайтов	135807
продвижение сайтов seo	119812

и останавливаемся на последней строчке:

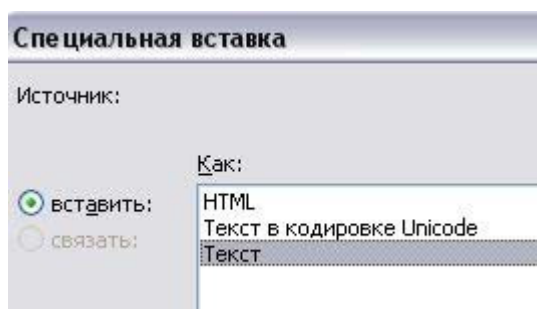
раскрутка сайта реклама продвижение	4902
продвижение сайта контекстное	4799
продвижение сайтов магазина	4608
продвижение сайтов интернет реклама	4558

Страницы:  
[1] [следующая](#) →

Жмем Ctrl+C (либо “правой мышкой - Копировать”, кому как удобнее), открываем новую таблицу excel и вставляем скопированные запросы. Но не через обычное Ctrl+V или “правой мышкой - Вставить” (в этом случае все вставится в одну ячейку). Кликаем на верхней левой ячейке правой мышкой и выбираем “Специальная вставка”:



И в следующем окне выбираем опцию “Текст”:



Получаем вот такой аккуратный список ключевых слов 🤖:



	А	В
1	продвижения сайта	809883
2	раскрутка продвижение сайта	327157
3	продвижение поисковых сайтов	135807
4	продвижение сайтов seo	119812
5	раскрутка сайтов продвижение seo	104991
6	оптимизация продвижение сайтов	66009
7	раскрутка сайта поисковое продвижение	48938
8	продвижение интернет сайта	37471

Статистика яндекса выдает обобщенные варианты поисковых запросов. Например, вместо “продвижение сайтов” выдает “продвижения сайтов”, вместо “продвижение сайтов в Москве” - “продвижение сайтов Москва” и т.д. Следует это учитывать и использовать естественные варианты фраз.

Для полного списка ключевых слов желательно перейти по всем страницам полученных результатов Вордстата и скопировать данные со всех страниц. Если слов слишком много - наберите достаточное для Вас количество.

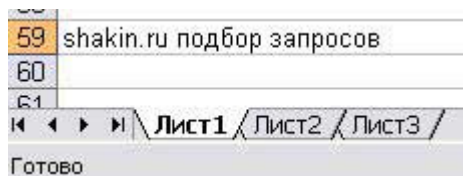
Страницы:

[1] [следующая →](#)

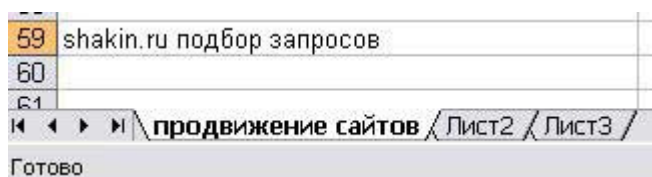
Затем полученные результаты нужно почистить от тех запросов, которые Вам не нужны. Для этого просто кликайте правой мышкой на номерах ненужных строк и выбирайте “Удалить”.

Естественно, что нам нужно собрать ключевые слова и для других тематик нашего сайта, а не только для “продвижение сайтов”. Для этого аналогично вбиваем нужные запросы и собираем полученные ключевые слова для каждого из них. Только я посоветую для каждого основного запроса использовать отдельную вкладку excel. Наверняка большинство читателей знакомы с тем, как сделать новую вкладку. На всякий случай расскажу 😊. После своих уроков *Фотошоп* я обожаю писать всякие подробные инструкции с картинками 😊.

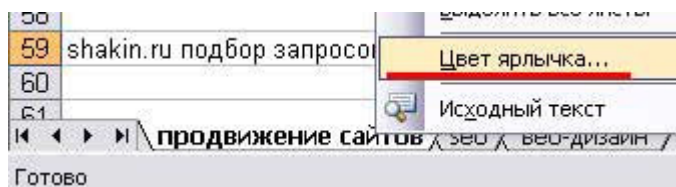
В левом нижнем углу таблицы excel есть ярлычки вкладок:



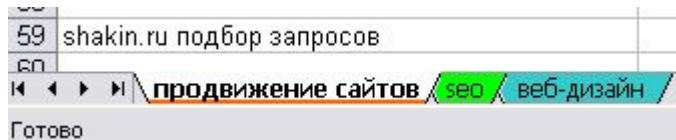
Для удобства дважды кликнем на ярлыке первой вкладки (там, где “Лист 1”) и переименуем его в соответствии с нашим основным ключевиком - “продвижение сайтов”:



Я еще люблю делать разный цвет у ярлычков - когда вкладок много, то так в них легче ориентироваться. Для того, чтобы сделать ярлыки разного цвета, щелкаем по ним правой мышкой, выбираем “Цвет ярлычка” и делаем любой желаемый цвет:



Получается вот такая красота:



Вы также можете воспользоваться другими сервисами подбора ключевых слов:

[Сервис Рамблера](#)

[Сервис Google](#)

[SEparser](#)

Для подбора ключевых слов для проектов на английском будут полезны следующие сервисы:

[Actualkeywords.com/freekeywords](http://Actualkeywords.com/freekeywords) (сервис Димка)

[Webmaster-toolkit](#)

[Digitalpoint.com/tools/suggestion/](http://Digitalpoint.com/tools/suggestion/) (можно искать по странам)

[Freekeywords](#) (выдает топ 100 ключевых слов из Вордтрекера)

Итак, мы собрали все нужные ключевые слова, рассортировали их по вкладкам и почистили. Что дальше?

Дальше нужно определиться, какие ключевые слова мы будем использовать для продвижения главной страницы сайта, а какие - для продвижения внутренними.

Основной принцип такой - чтобы определить, какую страницу своего сайта продвигать под тот или иной поисковый запрос, набираем нужный запрос в поисковиках и смотрим на первые 10 сайтов в поисковой выдаче.

Если в топ 10 есть 2-3 и более внутренних страниц, то в большинстве случаев по этому запросу можно продвигать внутреннюю страницу своего сайта (хотя есть такие жирные сайты, что им ничего не стоит продвинуть внутреннюю, и она будет мощнее главной страницы любого конкурента).

Если в топе сайты представлены в основном главными страницами, то смысла продвигать под этот запрос внутреннюю страницу своего сайта нет - нужна главная. При прочих равных условиях главная страница сайта всегда мощнее любой внутренней.

Во многих случаях главную страницу следует продвигать под 5-10 запросов, внутренние в идеале "одна страница - один запрос". Хотя на практике часто это нереально в виду большого количества поисковых запросов и страниц, поэтому можно продвигать каждую внутреннюю под 3-5 однотипных запросов, которые будут содержать 1-3 одинаковых слова.

## Часть V/3. Подбираем «вкусные» ключевые слова

Автор: Дмитрий Сидаш (sidash)



Так уж вышло, что раньше я не придавал особого значения, откуда у меня трафик на блоге: с поисковиков или же с *социалок*, в которые я делал анонсы своих постов. Честно говоря, мне уже надоело делать все эти анонсы, на которые уходит много времени. Да и соцсети для вебмастеров уже не те: Webice стал уныл, Грабр разваливается на глазах, PostPR еще молод.. Разве что на Корице и на markday.ru сейчас можно найти что-то стоящее.

Вывод из всего этого – из первых дней жизни своего блога (сайта) ориентируйтесь не на *МИЦ* и не на непостоянный трафик из сайтов, где вы публикуете свои анонсы, а на посещаемость с поисковиков! Этот вариант хоть и не так молниеносен, как тот же анонс в Субскрайб, который привлечет вам на сайт 1000 посетителей (на 1-2 дня), но он принесет намного больше пользы вашему ресурсу в будущем.

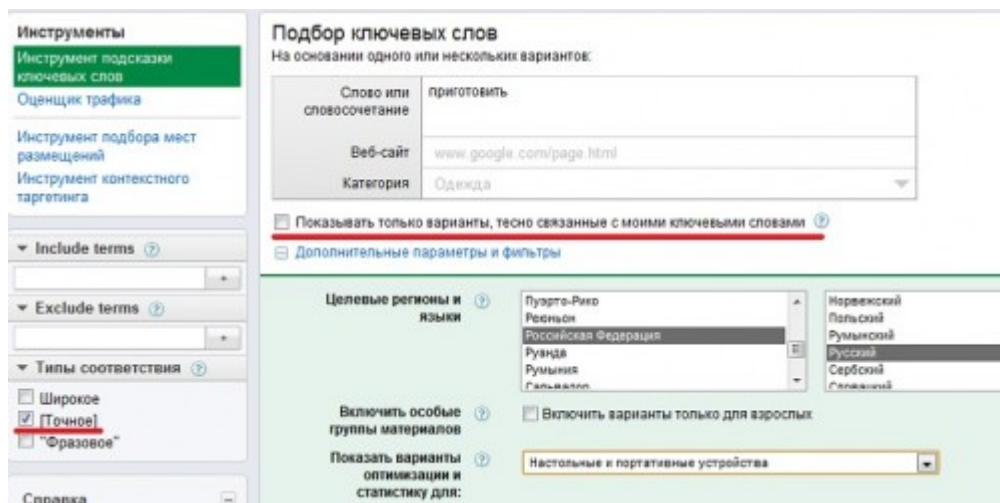
Чтобы поднять трафик с поисковиков, нужно сделать 4 вещи:

1. Определиться с ключевым словом, которое мы будем продвигать.
2. Написать статью, которая будет нравиться как поисковикам (то есть, она будет seo-оптимизированной), так и вашим посетителям (мы же не хотим, чтобы человек, попав на вашу страницу, которая находится в топе, сразу же ушел с неё только из-за того, что она *переспамлена* ключевиками и не несет абсолютно никакой полезной информации?).
3. Провести внутреннюю оптимизацию для продвижения этой статьи;
4. Провести внешнюю оптимизацию (закупить ссылок, статей, провести рекламные кампании в социальных сетях и т.д.).

О том, как сделать seo оптимизацию статей, я обязательно напишу в следующих статьях (будем пополнять рубрику для начинающих блоггеров). А вот о том, как подобрать **«вкусные» ключевые слова** я напишу прямо сейчас.

«Вкусными» ключевыми словами я считаю те слова, у которых практически нет конкуренции, и которые приносят много целевого трафика. Поскольку в Google продвигаться намного проще и дешевле, нежели в Яндекске, то ключевые слова будем подбирать для гугла.

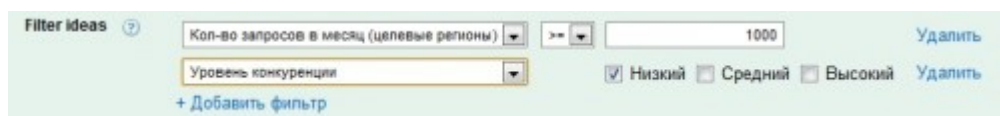
Для примера возьмём кулинарную тематику. Начнем придумывать слова, которые относятся именно к этой тематике. В нашем случае это будут слова: приготовить, еда, кулинария, рецепты и т.д. Итак, вводим в соответствующее поле слово «варить», задаем целевой регион и язык (Российская Федерация, русский), выбираем тип соответствия «Точное» и нажимаем кнопку поиска:



Обратите внимание на то, что возле пункта «Показывать только варианты, тесно связанные с моими ключевыми словами» не должно стоять галочки! Это обязательно условие, иначе без него мы не получим нужных ключей.

Варианты ключевых слов (800)	
Ключевое слово	Уровень конкуренции
☆ [приготовить]	Низкий
☆ [как приготовить плов]	Низкий
☆ [как приготовить омлет]	Низкий
☆ [как приготовить кальмары]	Средний

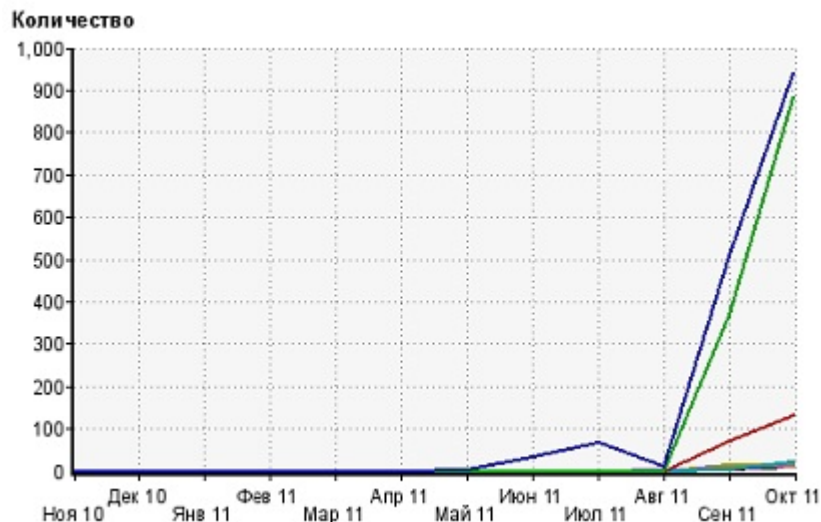
В результате мы получили 800 различных вариантов ключевых запросов! На то, чтобы просмотреть и оценить каждый из них уйдет много времени. И что же делать? Решается все очень просто – с помощью фильтров. Достаточно только задать нужное количество запросов в целевых районах, указать уровень конкуренции и вуаля – у нас на руках есть такое себе *семантическое ядро* из действительно вкусных ключевых слов!



Ключевое слово	Уровень конкуренции	Кол-во запросов в месяц (весь мир)	Кол-во запросов в месяц (целевые регионы)	Примерная цена за клик
☆ [как приготовить плов]	Низкий	5 400	2 900	0,00 €
☆ [как приготовить омлет]	Низкий	1 600	1 300	0,00 €
☆ [что приготовить]	Низкий	9 900	6 600	0,00 €
☆ [как приготовить борщ]	Низкий	1 800	1 000	0,00 €
☆ [как приготовить курицу]	Низкий	1 300	1 000	0,00 €
☆ [как приготовить кролика]	Низкий	1 900	1 300	0,00 €
☆ [что можно приготовить]	Низкий	2 400	1 800	0,00 €
☆ [как приготовить роллы]	Низкий	3 600	3 600	0,00 €
☆ [как приготовить блины]	Низкий	2 900	1 900	0,00 €
☆ [как приготовить солончо]	Низкий	1 900	1 300	0,00 €
☆ [как приготовить рис]	Низкий	1 600	1 300	0,00 €
☆ [как приготовить суши]	Низкий	14 800	9 900	0,00 €
☆ [как приготовить пуси]	Низкий	1 300	1 000	0,00 €
☆ [как приготовить сырники]	Низкий	1 800	1 000	0,00 €
☆ [как приготовить пельмени]	Низкий	2 900	1 900	0,00 €
☆ [что приготовить на ужин]	Низкий	9 900	6 600	0,00 €
☆ [как приготовить]	Низкий	2 400	1 600	0,00 €
☆ [как готовить роллы]	Низкий	2 400	1 900	0,00 €

Полученный список из 18 ключей сохраняем в excel-формате. Если вывести в топ все 18 запросов, то в месяц они обеспечат ваш сайт приблизительно 48000 посетителями с поисковиков (1500 в сутки)! Теперь вы уж точно будете знать, на какую тематику нужно будет писать следующие статьи для вашего сайта 😊.

Вывести низкоконкурентные запросы в топ Гугла можно даже только элементарной внутренней перелинковкой сайта. Не верите? Вот наглядная картинка того, как я вывел один из подобных запросов одними только внутренними факторами:



Изначально я продвигал только тот ключ ,который на графике выделен синим цветом, но со временем начали продвигаться и другие ключи, а также их «хвосты».



диеты для похудения, кулинарные рецепты с фото и так дальше

Эти запросы я так же подбираю для разделов и подразделов. Они менее конкурентнее, но так же дают отличный трафик на сайт.

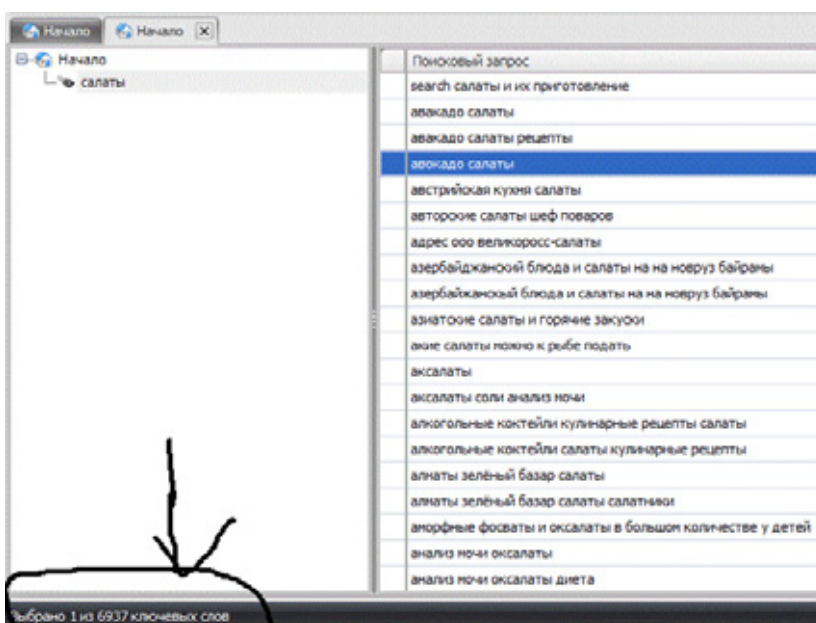
### 3. И наконец-то НЧ (низко частотные запросы)

По этим запросам можно ловить тысячи трафика, но опять же все зависит от количество статей на сайте. При раскрутке сайта продвигать НЧ запроса самый первый этап, но для начала нужно найти хотя бы 500 запросов.

А дальше дать копирайтеру, что бы он затачивал по 1-2 запроса на статью в 1000-3000 символов. При этом, что бы она была интересная для людей и отлично оптимизирована под 1-2 ключевых слова.

Зачастую появляется вопрос – как же подобрать большое количество НЧ запросов?

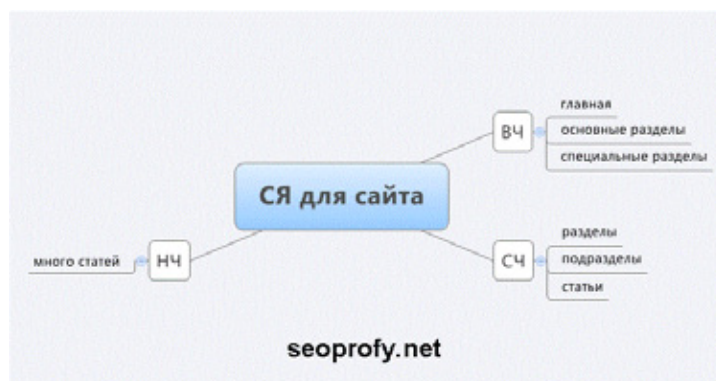
Я использую в этом случае [базу Пастухова](#), отличный инструмент для подбора и составления семантического ядра для сайта.



Например, по запросу салаты нашло **6937** ключевых фраз, дальше мы отсеиваем ненужные и мусорные этим же инструментом и получаем **500-1000** НЧ запросов для продвижения.

А дальше все дело за качественным контентом, и его количеством. Чем больше его, тем больше слов вы загоните в топ *поисковых систем* и тем больше у вас будет трафика.

Вот решил сделать карту действий для составления семантического ядра:



И составить его нужно до *продвижения сайта*. А дальше расписать план действий, а именно когда и какой раздел пускать в продвижение.





## По содержанию

Информационные — «Как выбрать ноутбук?»

Навигационные — «Сайт о работе»

Транзакционные — «Купить компьютер», «Скачать песню» (побуждающие к действию)

## По частотности

Высокочастотные — «Ноутбуки»

Среднечастотные — «Компьютеры Asus»

Низкочастотные — «Планшетник Samsung Galaxy Tab»

## По конкурентности

Высококонкурентные

Среднеконкурентные

Низкоконкурентные

## По географии

Гезозависимые — «Купить холодильник» (человек хочет купить у себя в городе)

Геонезависимые — «Скачать музыку»

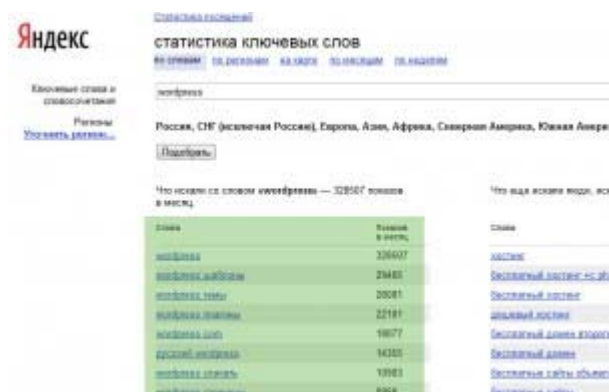
В зависимости от типов запросов, которые подходят для Вашего бизнеса, будет разрабатываться список ключевых словосочетаний и методов их продвижения.

## Отбор нужных запросов для семантического ядра

После того как предварительный список готов, начинаем отсеивать ненужные запросы. Так как нас интересует повышение релевантности сайта по основным запросам, отсеиваем самые низкочастотные запросы. Проверить частотность запроса можно с помощью сервиса от Яндекс — Wordstat. В отличие от панели вебмастера, к которой мы обращались на предыдущем шаге, этот сервис показывает общее количество обращений пользователей поисковой системы в месяц по каждому запросу, а не количество переходов по нему на сайт, таким образом, в семантическом ядре останутся запросы, дающие сайту мало трафика, но имеющие большой потенциал.

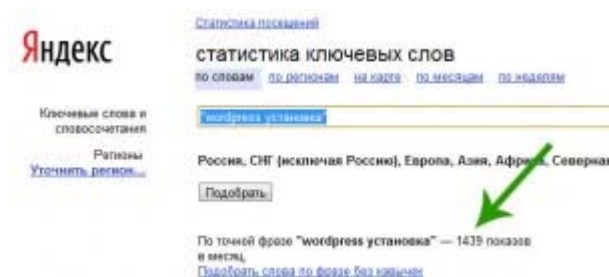
Запросы с низким потенциалом отсеются. В итоге должно получиться 10-15 ключевых слов. Теоретически можно использовать и больше, но тогда вес каждого отдельного запроса будет ниже. Вообще, качество отбора запросов превалирует над их количеством, правильно расставив акценты сайта, можно добиться большего успеха, чем гонясь за всем сразу.

Как показывает практика, многие вебмастера сами сужают тематику сайта, чтобы добиться высокого качества контента и повысить конкурентоспособность сайта по узкому спектру запросов. Буду показывать на примере своего блога. Итак, главный запрос — «wordpress». Заходим в вордстат и вбиваем его в поиск. Если вы строите бизнес в одном конкретном регионе, то уточните регион (ссылка слева сверху).



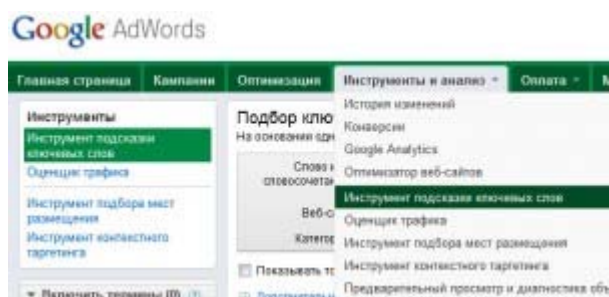
Получаем список словосочетаний с данным словом, который был показан Яндексом за определенный период времени. Именно ПОКАЗАН, то есть сюда входят также отображаемые рекламные объявления Директа. Далее выбираем из списка те запросы, которые наиболее соответствуют теме сайта и вашей деятельности.

Здесь очень важны детали. Учтите, что если вы занимаетесь розничной торговлей, то имеет смысл брать фразы со словами «куплю» или «продажа». Если же оптовыми поставками, то «поставки» и «оптом». Я для примера возьму «wordpress установка» и «wordpress записи». И теперь надо проверить точное количество показов именно по данной конкретной фразе. Для этого берем словосочетание и вводим его в кавычках + со знаком «!» перед каждым словом: «!wordpress !установка».



Получаем результат — 1439 показов по данному точному запросу, то есть стоит его брать в разработку. То же самое делаем со всеми отображенными фразами. Если среди них попадаются такие, у которых при точном поиске намного меньше показов, чем при неточном, значит это запросы-пустышки, по которым не имеет смысла продвигаться — смело их отсеиваем.

Следующий шаг в составлении семантического ядра сайта — проверить отобранные запросы на предмет накрученности. То есть какой-то запрос может быть искусственно накручен именно для Яндекса. Для этого заходим в аналогичный сервис от Google AdWords — Инструменты и анализ > Инструмент подсказки ключевых слов



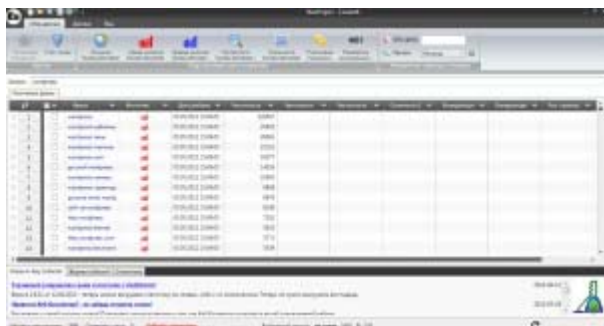
И проделываем то же самое — добавляем сюда наш поисковые запросы для семантического ядра сайта, при этом установив флажок на пункт «Точное» в графе «Типы соответствия» (выделено красным на скрине).



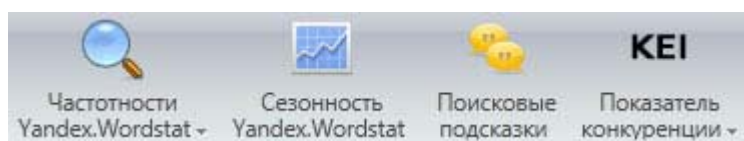
Мы видим, что здесь уже есть разница, в отличие от Вордстата, в каком порядке стоят слова, то есть запрос «wordpress установка» менее популярный, чем «установка wordpress» — для Яндекса разницы нет. Так вот, проверяем все варианты, если среди них попадается такой, который на Яндексе имел неплохие показатели по показам, а здесь значительно меньшие, значит он специально накрученный для Яши — его также исключаем.

## Составляем семантическое ядро сайта с помощью софта

Чтобы автоматизировать весь этот процесс, в сети существует одна отличная бесплатная программа, называется она «СловоЕБ». Скачайте ее, установите и давайте посмотрим, как это она работает. Прежде всего создайте и сохраните новый проект. Далее в поле «Запрос» вводим выбранный ВЧ ключевик и ждем клавишу «Enter». Программа собирает все похожие вопросы из WordStat.

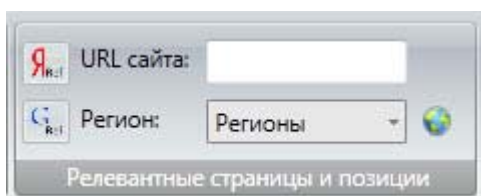


Теперь отмечаем галочками подходящие нам по тематике ключевые фразы и кликаем поочередно по кнопкам сверху, определяя все виды частотности различных вариантов вхождений, сезонность, подсказки и конкуренцию.



Анализируем их и выбираем нужные. Программа удобная, однако проверять на накрученность все равно придется вручную, так как здесь берется статистика в основном только с Яндекса. Полный функционал есть в более продвинутой программе KeyCollector, но она платная, а значит это уже тема другой статьи.

Также с Slovoeb можно проверить, какие страницы вашего сайта наиболее релевантны интересующим Вам запросам, то есть подсказывает, какую страницу будет перспективнее по нему продвигать. Для этого вставьте адрес в графу URL и выберите регион.





Подведем итог. Для того, чтобы составить семантическое ядро сайта надо отобрать те словосочетания, которые наиболее отвечают теме сайта, которые наименее конкурентны и при этом достаточно популярны и недороги для продвижения в вашем регионе (если запрос геодепендентный). Чтобы они не были пустышками, (то есть по которым нет переходов) и не были накрученными для одной поисковой системы.

## **Заполнение мета-тегов**

После того, как мы имеем список ключевых слов, его уже можно назвать семантическим ядром, мы заключаем его в мета-тег keywords. Кроме того, заполняем остальные мета-теги. В тег описания можно добавить краткую информацию о сайте, притом даже без обилия ключевых слов, они там не нужны. В тег title необходимо заключить ёмкий заголовок, с использованием самого широкого и ёмкого запроса, по которому сайт может продвигаться. Использовать много ключевых запросов или повторять содержимое тега keywords не нужно, особой пользы это не даст.

## Часть V/6. Семантическое ядро, подбор ключевых слов в запросах Яндекс Вордстат

[Автор: Димитрий KtoNaNovenkogo](#)

Сегодня я попробую рассказать вам о таком понятии, как **семантическое ядро**, во всяком случае попытаюсь, ибо тема довольно специфическая и вряд ли будет всем интересно, хотя...



Если попробовать в дух слова описать назначение семантического ядра, то я бы сказал, что это очень похоже на составление блок схемы перед написанием программы. В семантическом ядре вы намечаете те ключевые слова и словосочетания, по которым будет продвигаться ваш проект в целом, а так же вы четко определяете, под какие-именно поисковые запросы будут оптимизироваться те или иные страницы вашего сайта.

### Принципы составления семантического ядра

А потом уже по намеченной схеме (семантическому ядру) вы будете планомерно создавать структуру будущего сайта и наполнять его материалами, одновременно оптимизируя их под заранее намеченные ключевые слова. **При составлении семантического ядра** вы не просто будете подбирать ключевые слова, а четко разделите их по тому, насколько часто их запрашивают у поисковых систем и насколько эти запросы подойдут именно для вашего сайта. Зачем это нужно?

Ну во-первых, продвигаться по поисковым запросам, которые никого не интересуют, будет напрасным занятием, но главное не это. Дело в том, что организовав определенным образом *внутреннюю перелинковку страниц* своего будущего сайта, вы сможете добиться увеличения статического веса, например, у главной страницы и у страниц разделов или категорий. Таким образом, эти страницы вашего проекта, имеющие большой статический вес, будет актуально продвигать по более *высокочастотным поисковым запросам*.

А внутренние страницы сайта, статический вес которых не очень высок, можно будет *оптимизировать под низкочастотные поисковые запросы*, которые, как я уже не раз упоминал, при удачном стечении обстоятельств можно будет продвинуть практически без привлечения внешней оптимизации (покупки обратных ссылок на эти статьи), либо проводя *внутреннюю оптимизацию бесплатно*. Но раз уж мы коснулись вопроса частотности поисковых запросов, без учета которого составить семантическое ядро у

нас вряд ли получится, то я позволю себе немного напомнить вам об этом и о том, как определять частоту того или иного поискового запроса.

Итак, все запросы, которые пользователи набирают в поисковой строке Яндекса, Google или любой другой поисковой системы можно довольно условно разделить на три группы:

- высокочастотные (ВЧ)
- среднечастотные (СЧ)
- низкочастотные (НЧ)

Отнести поисковый запрос к той или иной группе можно будет по количеству таких поисковых запросов совершаемых пользователями в течении месяца. Но для разных тематик сайтов границы, позволяющие отнести данный поисковый запрос к ВЧ, СЧ или НЧ, могут довольно существенно отличаться.

Дело тут в том, что нас, по сути, при **составлении семантического ядра**, интересует не частота ввода данных поисковых запросов пользователями, а то, насколько трудно будет продвинуться по данному конкретному запросу (много ли оптимизаторов пытаются продвигаться по этим же ключевым словам). Поэтому можно будет ввести еще три градации поисковых запросов, которые для составления семантического ядра будут иметь большое значение:

- высококонкурентные (ВК)
- среднеконкурентные (СК)
- низкоконкурентные (НК)

Но вот определить конкурентность того или иного поискового запроса не всегда оказывается просто. Поэтому, зачастую, для **упрощения составления семантического ядра** проводят параллели и отождествляют высококонкурентные запросы с высокочастотными, СЧ с СК, а НЧ с НК. В большинстве случаев такое обобщение будет оправдано, но из любого правила, как известно, бывают исключения, и в некоторых тематиках низкочастотные поисковые запросы могут оказаться высококонкурентным и вы это сразу же увидите по тому, как сложно будет продвинуться в ТОП по данным ключевым словам.

Такие коллизии возможны в тематиках, где наблюдается сверхвысокая конкуренция и идет борьба за каждого отдельного посетителя, вытаскивая их даже по совсем низкочастотным поисковым запросам. Но мы не станем так глубоко вдаваться в детали и будем считать при составлении семантического ядра, что конкурентность (сколько оптимизаторов пытаются продвинуть свои проекты по этому запросу) и частотность (как часто эти ключевые слова вводят в поисковую строку пользователи) находятся между собой в прямой зависимости.

Ну, а частотность тех или иных поисковых запросов мы уж как-нибудь определить сумеем, правда ж, ведь? Для этого можно использовать несколько *инструментов определения частотности поисковых запросов*, но мне больше всего по душе инструмент Яндекса, который раньше предназначался только для пользователей сервиса Яндекс Директ, что бы рекламодатели могли правильно составлять тексты своих контекстных объявления, учитывая какие именно слова чаще всего спрашивают у Яндекса пользователи. Но потом, доступ к онлайн сервису статистики поисковых запросов (ключевых слов) **Яндекс Вордстат** (Wordstat.Yandex.ru) был открыт для всех желающих, чем эти самые желающие и не преминули воспользоваться.

## Работа с Яндекс Вордстат (Wordstat.Yandex.ru)

Итак, давайте зайдем на этот чудо-сервис от Яндекса, который называется "статистика ключевых слов" и расположен по адресу [Wordstat.Yandex.ru](http://Wordstat.Yandex.ru). Интерфейс Вордстата Яндекса, можно сказать, что спартанский, но это, пожалуй, только к лучшему. После введения Яндексом разделения результатов поиска в зависимости от региона, у вас появилась возможность посмотреть частоту ввода тех или иных поисковых запросов для каждого региона в отдельности (для этого нужно будет выбрать регион, щелкнув по ссылке "Уточнить регион").



Если регион вы выбирать не планируете, то будет показываться статистика без учета геоувисимости поисковых запросов. Но это не так уж и важно на этапе изучения **принципов составления семантического ядра** для сайта. Вначале вам нужно будет выделить для себя ряд основных ключевых слов (масок) по тематике вашего будущего проекта, от которых мы уже будем плясать дальше и подбирать с помощью вордстата Яндекса все остальные ключевые слова для семантического ядра сайта.

Ну, например, если ваш будущий проект будет по "Joomla", то для составления семантического ядра вполне логично будет ввести в вордстат Яндекса для начала этот поисковых запрос и офигеть от его частотности (больше полумиллиона показов в месяц). Тут сразу стоит сделать несколько замечаний. Во-первых, для того чтобы начать получать существенный приток посетителей по выбранному вами запросу с поисковых систем, ваш сайт должен попасть в Топ 10 (за первой десяткой жизни, увы, практически нет). Мой блог KtoNaNovenkogo.ru входит в Топ 40 по запросу "Joomla" в поисковой выдаче Яндекса и Google, но особого трафика это не создает, ибо жизнь, как я уже говорил, есть только в Топ 10 (первая страница выдачи поисковых систем).

Во-вторых, нужно понимать, что цифра, написанная напротив запроса "Joomla" в Вордстате Яндекса, вовсе не отражает реальное количество запросов этого слова (или словосочетания) в поисковой системе Яндекс. Это будет общее число запросов в месяц, в которых встречались слова "Joomla", а не количество запросов, включающих в себя одно это единственное слово (или словосочетание, в случае ввода вами нескольких слов в форму Яндекс Вордстата). О как.

Но, правда, в [Яндекс Вордстате есть соответствующий инструментарий](#), который позволяет отделить зерна от плевел и получить нужные нам данные. Это различные **операторы Вордстат**, которые вы можете добавить в свой запрос и получить уточненный результат. Как вы может видеть, основных операторов немного и главные из них, на мой взгляд, это заключение запроса в кавычки и простановка восклицательного знака перед словом.

Итак, *оператор вордстата Яндекса "кавычки"* позволит подсчитать количество запросов с упоминанием только слов из введенной вами в Вордстат ключевой фразы без различных дополнительных слов, но при этом будут учтены и подсчитаны все словоформы этой ключевой фразы - другое число, падеж и т.д. (например, не будут учтены запросы "установка Joomla", а только "Joomla").

Склонять фразу "Joomla" довольно сложно, но думаю, что и так все понятно. Таким образом, после того, как мы возьмем слово "Joomla" в кавычки в строке запроса Вордстат Яндекса, то получим уже значительно меньшее число запросов в месяц (около 30 тысяч). Т.е. такое количество раз за месяц в поисковую строку Яндекс пользователи вводили одно единственное слово Joomla во всех его словоформах (если они вообще имеют место быть).

Второй *важный оператор Яндекс Вордстат* - это восклицательный знак перед словом, который обяжет Вордстат подсчитывать только слова именно в таком варианте написания, в каком вы их ввели (без учета словоформ). Как я и предполагал, для слова "Joomla" установка оператора восклицательного знак никаких корректив не добавила, но это только из-за специфики данного конкретного поискового запроса.

Таким образом, вы можете, используя заключение поискового запроса в кавычки и установив перед каждым из слов запроса восклицательный знак, получить уже совсем другие значения частоты ввода данных ключевых слов в поисковую строку Яндекса в течении месяца. Например, для ключевого запроса "семантическое ядро", по которому я планирую попасть в Топ 10 благодаря этой несомненно полезной и талантливо написанной статье (о, как загнул, а?), Яндекс вордстат выдает примерно 1800 запросов в месяц.

Но если я захочу увидеть **статистику запросов Яндекс Вордстата** именно только по этим двум слова, без добавления других (заключу запрос в кавычки), то получу уже другую цифру - 527. Все остальное из 1800 запросов минус 527 точных вхождений, составят различные словосочетания, включающие слова "семантическое ядро". Если же мне понадобится узнать, а сколько раз в месяц пользователи вводят запрос

"семантическое ядро" именно в таком виде (без изменения словоформы и без дополнительных слов), то я поставлю перед каждым словом восклицательный знак (без пробела) и получу число 469.

Хотя, если честно, то я не настолько углубляюсь в аналитику и крайне редко **пользуюсь операторами в Вордстат Яндекса**, ибо и так все более менее ясно по показаниям общей статистики введенных в Вордстат запросов. Но это уж кому как. Кроме этого, говорят, что по некоторым поисковым запросам статистика Яндекс Вордстат выдает неправильную информацию. Связанно ли это с какими-либо вариантами накрутки и как определить запросы пустышки я не знаю и никогда не задавался таким вопросом, но если кто-то это учитывает и знает алгоритм отсева, то буду признателен за инфу.

## **Яндекс Вордстат (Wordstat.Yandex.ru) - подбор целевых и ассоциативных запросов**

Наверное, вам уже становится ясно, что те базовые запросы (маски), которые вы способны сформулировать сами, основываясь на будущей тематике вашего проекта, необходимо будет расширить с помощью Вордстат Яндекса. И тут тоже есть, как бы два направления в получении **новых ключевых запросов из Вордстат Яндекса** для составления полноценного семантического ядра для всего будущего сайта.

Во-первых, вы можете воспользоваться теми запросами, которые выдает Яндекс Вордстат в левой колонке своего окна. Там будут приведены поисковые запросы, в которых присутствуют слова из вашей маски (ключевого запроса, с которого вы начинаете плясать, например, "строительство", если у вашего проекта соответствующая тематика). Запросы эти будут отсортированы по убыванию частоты их употребления пользователями в поисковой строке Яндекса за месяц.

Что тут важно? Наверное, важно будет сразу же выделить те поисковые запросы, которые будут являться для вашего проекта целевыми. **Целевые запросы** для вашего будущего сайта - это такие запросы, по содержанию которых сразу становится ясно, что пользователь, вводящий его в поисковой строке Яндекса, ищет именно то, что вы можете ему предложить на своем сайте, который планируете продвигать.

Например, запрос "ядро" является сверхвысокочастотным, но совсем мне не нужным, ибо это абсолютно не целевой запрос для данной публикации. Мало ли что ищут пользователи вводящие в поисковой строке Яндекса слово "ядро", ну уж точно не "семантическое ядро", которое, кстати, будет являться ярким примером целевого запроса, по отношению к данной публикации.

Но вам нужно будет выбирать целевые запросы применительно ко всему будущему сайту, хотя иногда бывает полезно продвигаться и по общим не целевым запросам, но это скорее исключение из правил. Целевые поисковые запросы будут более низкочастотными и пользователи, пришедшие к вам на сайт по этим ключевым словам, смогут найти хоть что-то подобное тому, что они хотели найти, а значит не покинут сразу же ваш проект, тем самым ухудшив *пользовательский фактор продвижения*. Да и вам нужны посетители именно целевые, которые могут совершить требуемое вам действие (сделать покупку или кликнуть по рекламе при чтении интересной им статьи).

Думаю, что про отбор именно целевых поисковых запросов из статистики Яндекс Вордстат дальше говорить не нужно - вам и так все понятно. Второй нюанс при подборе ключевых слов для семантического ядра заключается в возможности использования так называемых ассоциаций или ассоциативных запросов из статистики Яндекс Вордстата. Эти самые **ассоциативные запросы** приводятся в правой колонке Вордстата.

Статистика посещений | Яндекс.Интересы | Помощь

**Яндекс** СТАТИСТИКА КЛЮЧЕВЫХ СЛОВ KtoNaNovenkogo.ru

по словам | по регионам | на карте  
по месяцам | по неделям

Ключевые слова и словосочетания

Регионы [Уточнить регион...](#)

Россия, СНГ (исключая Россию), Северная Америка, Южная Америка, Океания

Что искали со словами «семантическое ядро» — 1882 показа в месяц.

Слова	Показов в месяц
<a href="#">семантическое ядро</a>	1882
<a href="#">семантическое ядро сайта</a>	351
<a href="#">составление семантического</a>	280

Искали по «семантическое ядро»:

Слова	Показов в месяц
<a href="#">продвижение сайта + в поисковых системах</a>	5269
<a href="#">лексикология</a>	17568
<a href="#">поисковая</a>	6064

Ассоциативные запросы в окне Яндекс Вордстата

Тут, наверное, важно представлять, а как этим самые ассоциативные запросы в статистике Яндекс Вордстата формируются и откуда берутся. Дело в том, что Яндекс анализирует поведение пользователя, ищущего что-то с помощью этой поисковой системы. Например, если пользователь после того (или перед тем) как набрать запрос "семантическое ядро" вводил в поисковую строку еще какой-либо запрос (это называется за одну сессию поиска), то Яндекс может сделать предположение, что данные запросы как-то связаны между собой.

Если такая же ассоциативная связь этих двух поисковых запросов будет наблюдаться и у некоторых других пользователей, то данный ассоциативный запрос будет показан в правой колонке Яндекс Вордстата. Все ассоциативные запросы будут отсортированы в окне Вордстат в порядке уменьшения частоты их поиска в связке с основным поисковым запросом в течении месяца (показана будет собственная частота употребления этих ключевых слов при поиске в Яндексе). Ну, а вам остается только воспользоваться этими данными для **расширения семантического ядра сайта**.

Некоторые из ассоциативных запросов, наверняка, приходили и вам в голову, но всегда найдутся и такие, которые вы упустили из вида. Ну, а чем больше целевых запросов будет включать ваше семантическое ядро, тем большее количество целевых посетителей вы сможете привлечь на свой сайт при должном проведении внутренней и внешней оптимизации.

Итак, будем считать, что основываясь на базовых масках (ключевых словах явно определяющих тематику вашего будущего проекта) и возможностях Яндекс вордстат вы смогли набрать достаточное количество более менее **целевых запросов для семантического ядра**. Теперь нужно будет четко разделить эти запросы, которые составят будущее семантическое ядро по частоте их использования посетителями поиска Яндекса.

## Завершаем составление семантического ядра

Как я говорил чуть выше, мы будем считать высокочастотные запросы по умолчанию и высококонкурентными, а значит для продвижения по этим запросам нужно будет выбирать такие страницы своего сайта, которые будут иметь наибольший статический вес. Этот самый *статический вес*

набирается за счет входящих ссылок на эту страницу. Важно понимать, что при расчете статического веса страницы не учитывается содержимое анкера ссылки и не важно то, внешняя это ссылка или внутренняя.

Т.о. для продвижения по самым высокочастотным поисковым запросам (из составленного семантического ядра) наиболее подходит главная страница сайта, ибо на нее будут вести ссылки со всех других страниц вашего сайта (при обычной структуре проекта), а так же и большинство внешних ссылок, особенно полученных естественным образом или путем *бесплатного проставления обратных ссылок с профилей трастовых ресурсов*.

Таким образом, статический вес главной страницы для большинства ресурсов будет самым высоким и это можно увидеть по показанию [тулбарного значения Google PageRank](#), которое для главной страницы будет всегда выше, нежели, чем для внутренних.

При *ранжировании сайтов в выдаче*, поисковые системы при прочих равных условиях (одинаковом качестве [внутренней](#) и внешней оптимизации) выше поставят ту страницу, чей *статический вес больше*. Если вы выберете для продвижения по высокочастотному запросу внутреннюю страницу сайта (с заведомо более низким статическим весом), то конкуренты будут иметь перед вами преимущество, в случае продвижения ими по тем же ключевым словам, но уже главной страницей своего сайта.

Если в структуре *внутренней перелинковки* вашего будущего проекта будут предусмотрены и другие страницы с большим статическим весом (разделы, категории и т.п.), то в семантическом ядре нужно будет отметить их как потенциальных кандидатов на оптимизацию под более менее высоко- и среднечастотные запросы из подобранных вами. Таким образом вы сможете использовать с пользой особенности распределения статического веса на вашем сайте и подобрать в соответствии с этим наиболее подходящие по частотности запросы для каждой из страниц вашего сайта, т.е. **составить полностью семантическое ядро**.

При внешней оптимизации (закупке и простановке ссылок с нужными анкерами) нужно опять же учитывать созданное семантическое ядро и проставлять внешние ссылки с учетом тех ключевых слов, под которые оптимизировалась данная страница вашего сайта. Количество обратных ссылок для каждой страницы тоже следует выбирать согласно частотности поискового запроса, по которому вы планируете попасть в ТОП.

На практике ваше **семантическое ядро будет представлять**, наверное, довольно разветвленную схему организации страниц на вашем сайте с прописанным для них ключевыми словами, под которые они будут оптимизированы и продвигаться. Там же будет прорисована схема внутренней перелинковки для накачки нужных страниц статическим весом. В общем будет включено и рассмотрено все что только можно и останется только начать строить (или переделывать) сайт по данному проекту (семантическому ядру).

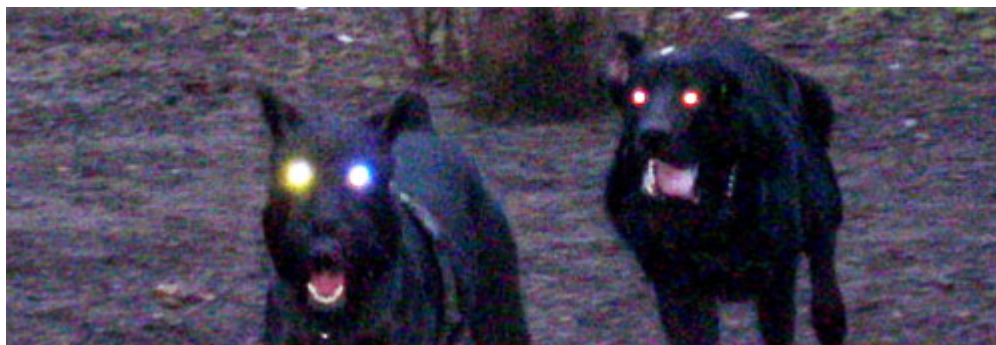
Лично я не всегда следую правилу о предварительном составлении семантического ядра, ибо такая натура - органически не люблю строить планы на бумаге или любом другом носителе (достаточно набросков в голове). У меня так и не получается записывать что-то на будущее, сколько раз не пытался начать (все держу в памяти, ну а если забываю, то значит это было не так уж и важно). Раньше, когда я учился в институте, то от нас требовали, чтобы мы рисовали блок-схему перед написанием программы. Я же обычно сначала писал программу, а уже по ней рисовал блок-схему (раз уж она была обязательной).

Но тем не менее, в случае проекта по новой для вас тематике и особенно, если вы начинающий оптимизатор, **составление семантического ядра** сможет вам существенно помочь и позволит избежать лишних ошибок.

## Часть V/7. Под какое количество ключевых слов можно оптимизировать страницу?

Автор: Александр Люстик (MyOST)

Часто приходится слышать этот вопрос, чаще всего его задают предприимчивые интернет маркетологи, и это понятно - создание и оптимизация страниц работа не из дешевых, поэтому они хотят сократить свои затраты путем увеличения ключевых слов для одной страницы, то есть что бы одна страница продвигалась по большому количеству запросов.



Если мне задают этот вопрос, мой ответ: **"Нет! Я рекомендую оптимизировать страницу только под одно ключевое слово или фразу"**.

Удивлены? И не только вы одни, этот вопрос один из самых актуальных при оптимизации сайта, поэтому и вариантов ответа много.

Но по моему мнению, **оптимизировать страницу нужно только под один запрос или фразу**, хотя под конец оптимизации вы можете захотите добавить еще один или два ключевика, но начинать продвигать страницу нужно только с одного ключевика.

**Нельзя оптимизировать страницу под один запрос, не имея на ней других близких по тематике слов.**

Это нормально, но нужно понимать, что **только одно слово** может быть главным, вокруг него все "вращается".

Эта концепция поможет вам наиболее эффективно продвинуть свой сайт в поисковых системах.

Естественно, иногда вы имеете несколько ключевых слов которые имеют одно и то же значение. Я не вижу ничего плохого в том если на странице есть ключевик "НДС" и "налог на добавленную стоимость".

Аналогично со словами "диван" и "софа". Нет никакой разницы между аудиторией которая пришла по тому или иному слову. Более того - **использование синонимов на странице поможет вам сэкономить время.**

Но если посмотреть на это по другому, скажем так, люди которые в строке поиска набирают "винда" - это преимущественно молодые люди, в то время как поисковый запрос "операционная система windows" более популярен среди людей постарше.

Получается, что **есть две разные группы поисковой аудитории под один и тот же запрос.**

Тогда наверное есть смысл создать две разные страницы что бы они соответствовали "своей" аудитории и со "своим" ключевым словом.

**MyOST:** это очень важный момент в оптимизации коммерческого сайта, на нем следует заострить внимание. Есть официальный язык, есть язык жаргонный, их нужно разделять. Можно официальным языком продавать, а жаргонным собирать трафик, две эти страницы будут иметь разную аудиторию по целям, соответственно один запрос будет продающим, а второй трафикогенерирующим (на примере винды и ОС, если говорить, хотя ни тот ни другой запросы реально не продающие, но на их примере можно рассказать о чем речь).

Я знаю что есть некоторые оптимизаторы которые просто превращают страницы в свалку различных ключевиков, например "виндоуз" и "винда", и "операционка windows", и "операционная система windows", и еще много других, на что только способна фантазия.

Даже если принять во внимание, что все эти запросы означают одно и то же, такая страница не будет высоко ранжироваться в поисковиках ни по одному из них.

**Запомните**, ваша страница это не географическая карта где ищут много названий, ваша страница - это карта на которой должен быть обозначен только один город, образно говоря.

Концепция использования нескольких ключевых слов на странице подходит для продвижения по низкоконтентным запросам, тогда у вас есть все шансы, что ваша страница по этим запросам попадет в топ.

Но по высококонтентным запросам это будет крайне сложно. Вы можете использовать другие ключевые слова как второстепенные для этой страницы, выбрать один который будет главным и все усилия по продвижению этой страницы будут вокруг него, и несколько других для "усиления" главного поискового запроса.

Если поисковик видит, что ваша страница оптимизирована (т.е. в глазах поисковика это будет как тематическая направленность страницы) под несколько не соответствующих друг другу по смыслу запросов, тогда это может вызвать у него противоречия касательно того, о чем ваша страница, соответственно она будет плохо ранжироваться по всем этим запросам, особенно если они высококонтентные.

Наверное прочитав это, вы сидите себе и думаете:

**"Неужели это означает, что мне придется теперь создать МНОГО страниц?"**.

**Бинго! Да, именно так.**

Да, я прекрасно понимаю что это займет много усилий и времени. Поэтому, начните с тех страниц которые самые важные для вашего сайта.

И каждую неделю делайте по несколько новых страниц, тем самым персонализируя каждую страницу под ее ключевик.

Постепенно вы сможете сделать большой охват поисковой аудитории через большое количество страниц персонифицированных под отдельные поисковые запросы.

Я знаю что много SEO-специалистов не разделяют мою точку зрения на этот вопрос. Более того, некоторые из моих знакомых сео-специалистов, которых по праву можно назвать профессионалами, выразили недоумение и сказали, что страницу можно легко оптимизировать под несколько ключевых слов.

Все же я твердо верю что, лучше иметь несколько страниц под отдельные запросы чем одну под несколько запросов.

Хотя бы с той точки зрения, что если ваша страница по каким-то причинам выпадет из индекса, или что-то с ней случится, тогда ущерб для поисковой видимости вашего сайта будет в несколько раз ниже.

Источник: [How Many Search Keywords Can I Target Per Page?](#)

Перевод: [SEOM.info](#)

Картинка: [Lenusk@](#)

## Часть V/8. Тонкости создания контента под семантическое ядро

Автор: Сергей Сосновский

Неделю назад были разобраны бесплатные методы составления семантического ядра, недавно – платные. Предположим, что благодаря ним был собран некий список ключевых слов, который подходит под деятельность сайта. Что теперь делать? Как его разнести по страницам? В этом посте я расскажу про свой способ создания контента под семантическое ядро, а точнее про его заготовку.



Но в начале хочу отметить 2 момента, которые помогут расширить семантическое ядро и сэкономить бюджет на неэффективные ключевые слова.

1. Как вам известно, существуют разные типы поисковых запросов: транзакционные, информационные, навигационные, неопределенные. Если само наличие на сайте страниц под информационные запросы только положительно скажется на отношении поисковых систем к сайту, то продвигать их в большинстве случаев не стоит. В плане конверсии они неэффективны. Даже такое запрос, как “товар + цена” имеет очень низкую конверсию, но зачастую высокую конкуренцию. Это я говорю о коммерческих сайтах. В общем, прежде чем заняться продвижением того или иного поискового запроса, подумайте, а будет ли от него толк.
2. Для того чтобы охватить всю тематику или нишу, необходимо использовать ассоциативные ключевые слова, синонимы и так далее. Одно только “продвижение сайтов” имеет: “раскрутка сайтов”, “SEO”, “оптимизация сайтов”, “поисковая оптимизация”. Или “создание сайтов” – “заказ сайта”, “разработка сайта”, “изготовление сайта”, “сделать сайт” и так далее. Нужно брать это во внимание и стараться создавать семантическое ядро по всему спектру ключевых слов.

### Распределение ключевых слов

Теперь перехожу непосредственно к планированию контента и распределению ключевых слов. Мне часто задают вопросы: “Можно ли на 1-ой странице использовать 10 ключевых слов?”, “Сколько поисковых запросов использовать на документ?”. Еще часто читаю и слышу, что “Идеальная формула: 1 запрос – 1 страница”. Но я так не считаю. На самом деле никакой формулы нет 😊.



Я сейчас как раз занимаюсь составлением семантического ядра и его распределением для нового сайта. О своей схеме я как раз и расскажу ниже. В качестве примера буду использовать тематику асбестоцементных труб.

Например, получен общий список ключевых слов. Из него были удалены те, которые не подходят для сайта и те, которые имеют незапланированную конкуренцию. Получился список наподобие этого (для удобства я специально сократил возможные ключевые слова).

Поисковый запрос	Частотность	""	!
асбестоцементные трубы	17315	5141	3103
асбестоцементные трубы цена	2783	1661	1109
труба асбестоцементная 100 цена	477	388	385
трубы асбестоцементные безнапорные	872	395	249
асбестоцементные трубы купить	747	291	227
труба асбестоцементная 100	1094	199	193
труба асбестоцементная 200	323	179	172
асбестоцементные трубы гост	479	233	168
труба асбестоцементная 150	301	59	52
труба асбестоцементная бнт 100	149	46	43
труба асбестоцементная 200 цена	34	20	19
асбестоцементная труба продажа	145	24	10
асбестоцементные трубы безнапорные цена	46	15	10
труба асбестоцементная 100мм	80	8	8
труба асбестоцементная 100 вес	22	11	8
труба асбестоцементная бнт 100 цена	11	8	8
труба асбестоцементная безнапорная гост	44	8	6
трубы асбестоцементные безнапорные бнт 100	29	9	5
труба асбестоцементная 100 мм	96	5	3

Каждый раз я накладываю фильтр на значение столбца вхождений по wordstat с восклицательным знаком и сортирую его по убыванию. Так список воспринимается наглядней, и он выстраивается по перспективности получения трафика на сайт. Тематика узкоспециализированная и по таблице видно, что я не “побрезговал” ключевыми словами с частотностью 3-8. Включить их в сайт не составит труда, а потенциальная польза от них может быть очень высокой.

Каждое слово я помечаю определенным цветом: голубой – запрос для главной страницы, зеленый – для статьи (поста), светло-зеленый – дополнительный запрос для статьи (поста), который является частью одного из ключей зеленых ячеек. Еще есть цвета для категории и страниц меню. В данном случае получается маленький сайт и без них можно обойтись.

Каждый запрос помечается определенным цветом и уходит на отдельный лист (документ) Excel. В итоге выглядит это все примерно вот так (кликнуть для увеличения).

Номер	Тип страницы	Запрос	Дополнительные	Разбавочные	Частотность	**	
1	Главная	асбестоцементные трубы	асбестоцементные трубы цена асбестоцементные трубы купить асбестоцементная труба продажа	труба асбоцементная плита железобетонная труба железобетонная	17315 2783 747 145	5141 1661 291 24	3103 1109 227 10
2	Страницы	труба асбестоцементная 100 цена	труба асбестоцементная 100 труба асбестоцементная бит 100 труба асбестоцементная 100мм труба асбестоцементная 100 вес труба асбестоцементная бит 100 цена труба асбестоцементная 100 мм	диаметр асбестоцементные трубы муфта для асбестоцементной трубы трубы асбестоцементные безнапорные труба асбестоцементная 200 труба асбестоцементная 150	477 1094 149 80 22 11 96	388 199 46 8 11 8 5	385 193 43 8 8 8 3
3		трубы асбестоцементные безнапорные	асбестоцементные трубы безнапорные цена труба асбестоцементная безнапорная гост	вес асбестоцементной трубы асбестоцементные трубы для дымохода	872 46 44	395 15 8	10 6 5
4		труба асбестоцементная 200	труба асбестоцементная 200 цена	асбестоцементные трубы размеры	323 34	179 20	19 15
5		труба асбестоцементная 150	труба асбестоцементная 150 цена	соединение асбестоцементных труб	301 81	59 37	34 168

Пояснения:

- **Запрос** – это главное ключевое слово для документа.
- **Дополнительные** – это дополнительные ключевые слова, которые нужно использовать на странице. Вот тут и рушится формула “1 запрос – 1 страница”. Зачем создавать дополнительные страницы, когда несколько запросов сходятся по смыслу и логически должны быть в одном документе? Также при внешнем продвижении необходимо будет покупать ссылку на одну страницу, а не на несколько, тем самым экономя бюджет. Как правило, при продвижении смежные запросы подтягивают друг друга. Также в этом случае будет намного меньше проблем с определением релевантной страницы в поисковой системе (целевые страницы в поисковиках не будут меняться от апа к апу). Зачастую запросы из дополнительных ключевых слов можно использовать как подзаголовки для страницы.
- **Разбавочные** – это разбавочные ключевые слова, которые также желательно использовать в документе. Поисковые системы сейчас анализируют страницы по многим факторам. Не лишним будет наличие близких по значению слов с главным запросом или добавочными ключами. В этот же столбец можно включать разного рода вхождения основных ключевых слов, чтобы поставить ссылку на продвигаемую страницу (*внутренняя перелинковка*).

## Откуда брать разбавочные слова?

### 1) Правая колонка Wordstat.

Что еще искали люди, искавшие «асбестоцементные т...»:

Слова	Показов в месяц
<a href="#">труба асбоцементная</a>	2278
<a href="#">плита железобетонная</a>	10227
<a href="#">труба железобетонная</a>	5341
<a href="#">бетонные кольца</a>	17593
<a href="#">колодезные кольца</a>	9798
<a href="#">ацзид</a>	1880
<a href="#">шифер</a>	74892
<a href="#">кирпич керамический</a>	13821
<a href="#">кирпич печной</a>	7022

### 2) Подсказки в результатах выдачи поисковых систем.

Яндекс

Вместе с «асбестоцементные трубы» ищут

[асбестоцементные листы](#) [пластиковые трубы](#) [дренажные трубы](#)  
[столбчатый фундамент](#)

Страницы ← Ctrl предыдущая [следующая](#) Ctrl →



1 2 3 4 5 6 7 8 ...

Google

Поисковые запросы, связанные с **асбестоцементные трубы**

[труба асбестоцементная цена](#) [асбестоцементные трубы гост](#)  
[труба асбестоцемент](#) [37 неметаллические водопроводные трубы](#)  
[пластмассовые трубы](#) [асбестоцементный лист](#)



1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

[Следующая](#)

Рамблер

1 2 3 4 5 6 7 8 ...



Также попробуйте:

[трубы стальные](#)  
[пластиковые трубы](#)  
[труба](#)

[стальные трубы](#)  
[дренажные трубы](#)

[трубы пвх](#)  
[сортамент труб](#)

### 3) Keyword Tool от Google Adwords.

<input type="checkbox"/> Варианты ключевых слов (100)	
<input type="checkbox"/> Ключевое слово	Уровень конкуренции
<input type="checkbox"/> ☆ <a href="#">асбестоцементные трубы цена</a>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> ☆ <a href="#">труба асбестоцементная</a>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> ☆ <a href="#">труба асбестоцементная цена</a>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> ☆ <a href="#">металлопластиковая труба</a>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> ☆ <a href="#">пвх трубы</a>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> ☆ <a href="#">асбестоцементные трубы купить</a>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> ☆ <a href="#">водопроводные трубы</a>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> ☆ <a href="#">асбестоцементная труба</a>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> ☆ <a href="#">труба полипропиленовая</a>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> ☆ <a href="#">труба пнд</a>	<input type="checkbox"/>

#### 4) Semrush.

##### Схожие запросы - 175

Ключ. слово	Δ Запросов
<a href="#">паритет</a>	2,900
<a href="#">лист</a>	2,400
<a href="#">трубы</a>	1,900
<a href="#">афина</a>	1,600
<a href="#">диаметр</a>	1,600
<a href="#">шифер</a>	1,000
<a href="#">цсп</a>	1,000
<a href="#">str</a>	880
<a href="#">паллада</a>	880
<a href="#">афина паллада</a>	590
<a href="#">Полный отчёт (175) &gt;</a>	

Разбавочные ключевые слова не обязательно употреблять в каком-то определенном количестве. Возможно, они сами собой будут употребляться по тексту.

Если говорить о количестве употребления главных запросов и дополнительных ключевых слов, то их включить в документ необходимо как минимум 1 раз, не считая вхождений в заголовки (h1-h4). Сейчас переоптимизированные тексты поисковые системы не слишком любят (в частности Яндекс), поэтому писать их стоит для людей, а не для поисковиков.

Если у главного запроса 7-10 дополнительных ключевых слов, то, как правило, достаточно употребить их все по 1 разу, так как запросы дублируют вхождение основного ключа 😊. Если же их нет, то 2-3 раза на 1000 символов будет достаточно. Хотя, скорее всего, такое включение произойдет само собой.

Кстати, полученную таблицу (без статистики wordstat, конечно) можно отдавать копирайтеру, добавив к ней техническое задание. Все наглядно, удобно и понятно. В итоге получается скелет будущего контента на сайте. Останется только написать тексты, опубликовать их на сайте, поставить внутренние ссылки, добавить медиа-контент.

## Часть V/9. Классификация вхождений ключевых слов

Автор: Сергей Кокшаров (Devaka)

При написании контента (например, статьи) автор отталкивается от какой-то темы, посвящает статью определенной тематике. В области SEO (поисковой оптимизации) тематика контента задается ключевыми словами, чтобы в дальнейшем люди могли находить эту статью, используя поисковые системы, когда вводят в них эти самые ключевые фразы. Контентом могут быть не только статьи, но и любая, в данном случае, текстовая составляющая документа, отображаемая в нём читателю.

В данной работе осуществлена попытка классифицировать виды вхождений ключевых фраз в какой-либо текстовый контент (например, в статью или её заголовок). Классификация вхождений, с одной стороны, поможет избежать путаницы при использовании терминов и, с другой стороны, позволит в дальнейшем определить для каждого вида вхождения свои свойства и роль в оптимизации.

### Виды вхождений ключевых слов в контент

Ниже выделены 10-ть видов вхождений, многие из которых вам должны быть знакомы.

#### 1. Точное вхождение

Ключевая фраза встречается в тексте в неизменном (заданном) виде. Например, для фразы “брачное агентство” точное вхождение будет иметь вид:

**брачное агентство**

#### 2. Чистое вхождение

То же самое, что и точное. Подразумевает такое вхождение ключевых фраз, при котором не встречаются различные знаки препинания между ними. Например, в следующем тексте, ключевая фраза “nokia купить” имеет одно чистое вхождение.

У официальных представителей **Nokia купить** телефон надежнее, чем у других продавцов.

Точные вхождения всегда чистые.

#### 3. Прямое вхождение

Почти то же самое, что и точное, за исключением того, что оно не чистое, то есть между ключевыми фразами могут встречаться некоторые знаки препинания. Как пример, в следующем тексте ключевая фраза “nokia купить” имеет прямое вхождение, но при этом не точное, так как использована не в заданном виде.

Телефоны **Nokia, купить** которые можно у нас, пользуются большим спросом.

Часто прямые вхождения для “неестественных ключевых запросов” выглядят более естественно в тексте, чем точные.

#### 4. Разбавленное вхождение

Фраза разбавлена дополнительными словами. При этом однословник (однословный запрос) разбавить в контенте нельзя. Рассмотрим этот вид вхождения на примере ключевого слова “пакеты оптом”.

Приобретайте наши **пакеты полиэтиленовые оптом** и в розницу.  
Каждый месяц мы покупаем **пакеты для мусора, оптом** брать не хотим.

Для однословных запросов разбавленное, прямое, чистое и точное вхождения совпадают.

## 5. Морфологическое вхождение

Одно или несколько слов из ключевой фразы изменены по форме с помощью склонения или спряжения. Ниже представлен пример морфологического вхождения в текст ключевой фразы “доставка грузов”.

Как **доставить груз** в пункт назначения как можно быстрее?  
Срочная **доставка груза** позволяет сохранить качество скоропортящейся продукции.

Чем больше слов в ключевой фразе, тем больше имеется вариантов возможных их морфологических изменений.

## 6. Морфологическое разбавленное вхождение

Говорит само за себя. Означает изменение формы слов (склонение, спряжение) с их последующим разбавлением дополнительными словами. Для ключевой фразы “доставка грузов” можно привести пример:

Курьерская служба обеспечит **доставку документов и выдачу грузов**.

## 7. Синонимическое вхождение

Одно или несколько слов из ключевой фразы заменяются синонимами, жаргонами, сокращениями или аббревиатурами. Например, для ключевой фразы “сотовый телефон” синонимическим будет вхождение “мобильный телефон” или просто “мобилка”, “сотовик”.

Пример с сокращением для ключевого запроса “домен рф”:

В ближайшее время вы сможете зарегистрировать **домен Российской Федерации**.

Синонимическое вхождение может быть разбавленным.

## 8. Вхождение с опечаткой

В одном или нескольких словах используется опечатка. Например, ключевая фраза “брачное агентство” войдет в следующий текст с опечаткой.

Лучшее **брачное агенство** в городе.

## 9. Обратное вхождение

Слова в ключевой фразе меняются местами. Например, для запроса “Nokia купить” обратным будет вхождение “купить Nokia”. То же самое для многословных ключевых фраз, например, “брачные агентства москва”:

Город красивых женщин – это **Москва. Брачные агентства** здесь помогают женщинам избавиться от одиночества.

## 10. Сложное вхождение

Совокупность нескольких из вышеперечисленных преобразований. Например, для ключевой фразы “пакеты оптом” сложным вхождением будет:

**Оптовые заказы пакетов** принимаются только при заполнении бланка-заявки!

В данном случае использованы такие преобразования, как: разбавление, перестановка, изменение формы. То есть в тексте примера присутствует разбавленное, обратное морфологическое вхождение.

## Часть V/10. 6 типичных ошибок при подборе ключевых слов

Автор: Александр Люстик (MyOST)



Исследование ключевых слов в SEO – это зачастую очень недооцененный аспект. Я уже писал несколько постов по поводу исследования ключевых слов и верю, что это основа успешной SEO кампании в целом.

Ниже я хочу поделиться с самыми распространенными ошибками, которые делают люди при проведении исследования *семантического ядра*.

### **Вы слишком не реалистичны**

"Лучше синица в руках, чем журавль в небе".

От исследования ключевых слов зависит вся дальнейшая кампания. Вы "заряжаете" ключи в инструмент для проверки их объемов, и выбираете те, которые имеют наибольшее количество трафика.

Печально, но для получения **реальных результатов** этот метод не подходит, если не учитывать некоторые аспекты, при работе с [Key Collector](#).

Для большинства сайтов высокая конкуренция находится на недосягаемом уровне, по крайней мере в краткосрочной и среднесрочной перспективе.

При исследовании следует реалистично смотреть на мир и подбирать ключевые слова, учитывая возраст сайта, авторитет и гибкость дальнейшей оптимизации.

Если вы нацелены на запрос, состоящий из одного слова, то скорее всего добиться результата по нему будет нереально и невыгодно. Тот, кто ищет "ноутбук Toshiba l670" купит его с большей вероятностью, чем тот, кто ищет просто "ноутбук". Подумайте, кто из данных пользователей быстрее достанет кредитную карточку и оплатит товар?

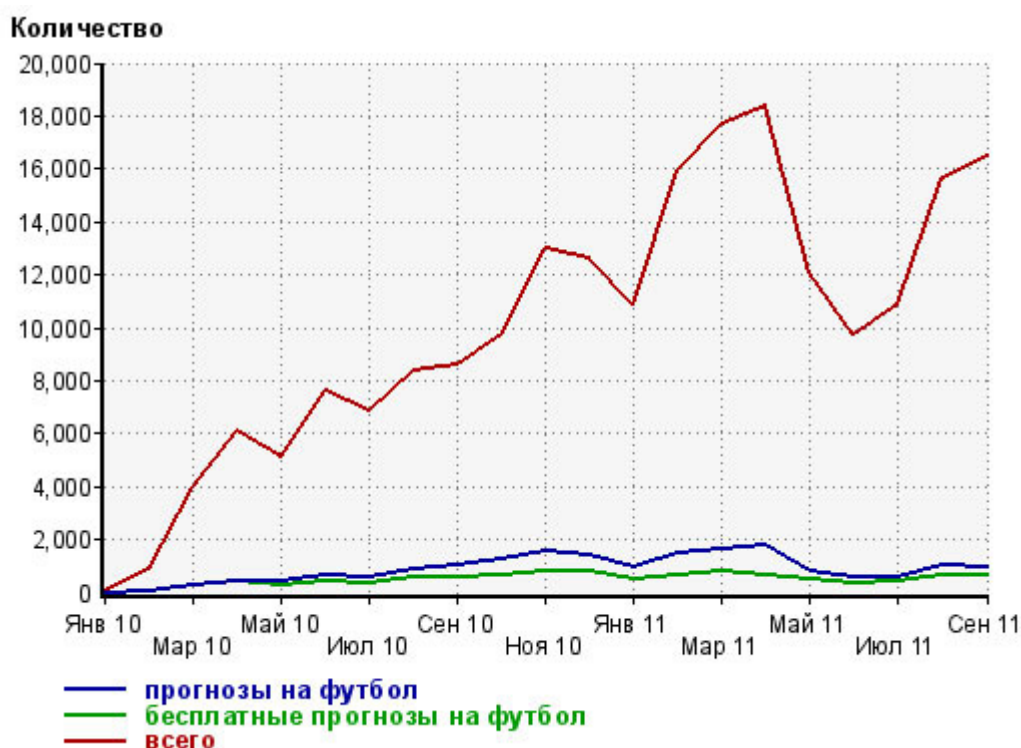
**Транзакционные запросы очень важны при продвижении также, не забывайте об этом, двигаются они легче!**



Общие		Цели		Показать фразы по			всем поисковым системам	
Поисковая фраза	Визиты	Просмотры	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте			
Итого и средние	28 618	79 711	56,2%	2,8	0:03:15			
1. детектор лжи	3 298	9 346	51,5%	2,8	0:03:15			
5. детектор лжи купить	616	2 071	35,4%	3,4	0:03:47			
7. купить детектор лжи	469	1 485	41,6%	3,2	0:03:44			

Я не говорю, что такие запросы из одного слова плохи, подумайте о расходах на продвижение, о конкуренции и т.д. Если вы настроены на получение трафика в короткие сроки, то обратите внимание на менее трафиковые и менее конкурентные ключевые слова, которые называются *низкочастотниками*.

**MyOST:** Вы можете продвигаться как по ТОПовым для ниши запросам, так и по НЧ, но не забывайте, что **вся сумма низкочастотки в раз 10+ перевешивает** трафик по нужным ТОПовым словам!



Конечно, есть тематики, в которых продают только высокочастотники, но их не так много.

Меньший трафик, но меньшая конкуренция могут выглядеть не так привлекательно, но если ваш сайт сможет доминировать по целой пачке таких ключей, то он будет получать гораздо больше трафика, чем по одному высокочастотному запросу.

## Вы смотрите на широкие соответствия вместо того, чтобы смотреть на точные

Еще одна очень распространенная и явная ошибка...

Поисковые объемы – это непременно очень важная метрика, но люди, обращаясь к такому инструменту как **Google Keyword Tool** или **Яндекс.Вордстат**, очень часто смотрят на широкие соответствия, а не на точные. Разница между этими соответствиями может быть просто колоссальной, например:

Фраза	Частотность	Частотность "!"	Сезон.	Ya	G	R	M
<a href="#">спецтехника</a>	71881	4897	<a href="#">Нет</a>	66,1	19,4	3,7	8,3
<a href="#">самосвалы</a>	99809	1201	<a href="#">Нет</a>	65,9	20,4	5,6	7,1
<a href="#">татра</a>	17025	1094	<a href="#">Нет</a>	30,8	55,4	3,8	7,2
<a href="#">tatra</a>	3022	348	<a href="#">Нет</a>	17,3	78,9	0,6	1,9
<a href="#">татра 815</a>	2658	353	<a href="#">Нет</a>	48,9	23,7	0	9,6
<a href="#">продажа спецтехники</a>	7303	933	<a href="#">Нет</a>	58,9	24,3	3,1	10,3
<a href="#">удс</a>	3314	262	<a href="#">Нет</a>	61,5	25,6	0	7,7
<a href="#">экскаватор удс</a>	213	26	<a href="#">Да</a>	90	10	0	0
<a href="#">экскаватор</a>	138197	5608	<a href="#">Нет</a>	57,3	29,2	2	9,4
<a href="#">запчасти татра</a>	563	91	<a href="#">Нет</a>	46,7	31,7	10	1,7

*MyOST:* Если посмотреть на широкое и точное соответствие, что позволяет сделать [наш софт](#), то мы можем увидеть, что частотность запроса "самосвалы" в широкой и точной вариации **отличается в 83 раза!!!** Нужно четко понимать, что продвинув этот запрос, вы будете получать не то, на что надеялись.

Принято считать, что статистика поисковых систем является очень точным инструментом в подсчете объемов поискового трафика, однако данные по точным соответствиям дают вам лучшее представление о том, насколько ценно ключевое слово.

## Вы выбрали множественное число ключа вместо единственного

Очень часто можно увидеть сайты, оптимизированные под множественное число ключевого слова, однако люди ищут его единственное число. Такие случаи нередки на коммерческих сайтах, где владельцы оптимизируют страницы категорий, на которых продается более одного продукта. Так, например запрос "tablet PCs" (карманные ПК) имеет на 91% запросов меньше, чем "tablet PC" (карманный ПК).

*MyOST:* можно промахнуться совсем и не получить трафика, а можно просто получать его в 3 раза меньше, если выбрать не то число. Вот пример запросов в единственном и множественном числе, разницу по трафику можете оценить сами.

Общие		Цели		Показать фразы по			всем поисковым системам		
Поисковая фраза	Визиты	Просмотры	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте				
Итого и средние	49 583	115 316	51,0%	2,3	0:02:17				
3. мебельный щит	1 800	3 826	58,3%	2,1	0:02:08				
5. имитация бруса	685	1 232	61,8%	1,8	0:01:20				
6. мебельные щиты	671	1 372	59,8%	2,0	0:01:46				
7. отделка бани	489	819	73,4%	1,7	0:00:58				
8. доска пола	433	780	68,8%	1,8	0:01:12				

Хотя Google иногда и принимает множественную форму и форму единственного числа за одно слово, но в большинстве случаев разница в поисковых объемах довольно существенная. У Яндекса, в свою очередь, поисковая выдача по множественному и единственному числу может значительно отличаться.

Неправильная форма ключевого слова может привести к плохому ранжированию, что определяет то, сделаете ли вы продажу или нет. Поэтому в Коллекторе мы уделяем много внимания определению правильной словоформы ключевого слова.

## Вы игнорируете конверсию

Возможно это будет звучать некорректно с моей стороны, но многие мои клиенты хотят продвигаться по [сюда введите бессмысленный ключ], в то время, как свои деньги они должны были направлять на совершенно другой ключ или их набор.

Общие		Цели		Показать фразы по		
		всем поисковым системам				
Поисковая фраза	Визиты	Просмотры	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте	
Итого и средние	85 457	172 288	67,8%	2,0	0:02:48	
1. key collector	4 884	16 997	32,1%	3,5	0:06:14	
2. словоеб	2 608	6 041	54,9%	2,3	0:03:56	
5. keycollector	1 516	5 307	31,5%	3,5	0:05:34	
6. яндекс пробки	1 397	1 557	92,7%	1,1	0:00:22	
7. фишкин нет	1 348	1 459	95,5%	1,1	0:00:11	

Объясню, что ключевое слово, несущее тонны трафика, который не конвертируется – это пустая трата времени и сил. Вы ведь не нанимаете мою компанию для того, чтобы мы приносили вам этот чертов трафик... вы нанимаете нас затем, чтобы мы помогли вам с продажами.

**MyOST:** вот пример двух ключевых слов, которые несут трафик, но не являются целевыми, в результате чего ужасающий уровень показателя отказов, а значит и *конверсии*. Такие ключевые слова нужно выбрасывать. Ведь совершенно понятно, что ищут пользователи, при этом запрос находится в ТОПе довольно давно.

Яндекс  
Нашлось 134 тыс. ответов

фишкин нет  
в найденном в Москве

1. Розыгрыш - Fishki.Net | Фишкин Прикол  
20 декабря 2006 Раздел: Фишкин Прикол Тема: Розыгрыш.  
fishki.net > Розыгрыш копия ещё
2. SEO с новым взглядом на SEO. Рэнд Фишкин – SEOMoz | SEOM.info  
сентябрь 2009 Если бы Рэнд Фишкин был моим школьным учителем математики, кто бы тогда в университете я бы избрал технический факультет вместо гуманитарного.  
seom.info > 2009/09/13/seomoz-rend-fishkin копия ещё

Конкуренция в онлайн мире высока и она будет еще выше, поэтому важно выжать все из каждого инвестированного гроша.

Именно это делает конверсию и аналитику важными частями исследования ключей. **Человеческий ум – это единственный софт, способный провести качественный аудит конверсии ключевых слов**, так как ни одна программа не заменит SEO знаний и опыта.

Такие базовые префиксы как "купить" являются индикаторами того, что ключевой запрос скорее всего будет конвертироваться. Если в системе аналитики у вас указаны цели, то вы легко можете определить ключевые слова с самой высокой конверсией на вашем сайте. Постарайтесь отследить причину их высокой конвертации и примените эти знания в следующем анализе ключевых слов.

## Вы выбираете ключевые слова, которые не имеют ничего общего с контентом

Разумное объяснение этому может быть следующим – некоторые инструменты по работе с ключевыми словами (в отличие от человека) склонны путать значения слов в человеческом мире, а соответственно и тематики. Это могут быть общие значения, на уровне "хранение" - человек, вводящий в поиске "хранение"

может искать специальный склад, где бы он оставил свои вещи, ящики или другие предметы мебели для дома или офиса.

Также, пользователь, вводящий в поиске "игромания" может искать методы лечения от данного психологического заболевания, а трафик по запросу идет тот, который ищет популярный журнал для геймеров, с аналогичным названием.

Общие		Цели		Показать фразы по			всем поисковым системам	
Поисковая фраза	Визиты	Просмотры	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте			
Итого и средние	10 015	14 909	77,6%	1,5	0:00:53			
1. игромания	3 588	4 801	82,3%	1,3	0:00:33			

Поэтому шансы того, что таргетинг будет неточным очень велики. Вам следует убедиться в том, что все ваши ключевые слова максимально релевантны контенту (или наоборот).

Было бы неплохо, если бы вы вручную проверили поисковую выдачу по вашим ключам и посмотрели. Наверняка вы увидите, подходит ли ключевое слово для вашего сервиса или продукта или нет.

## Вы не пересматриваете все свои ключевые слова

Принято считать, что SEO – это непрерывный процесс, однако мало кто проводит регулярный обзор и аудит продвигаемых ключей. Если ваш рынок не стоит на месте и регулярно развивается, значит, что и поисковое поведение пользователей также развивается. Именно поэтому важно регулярно пересматривать свои ключевые слова.

Общие		Цели		Показать фразы по			всем поисковым системам	
Поисковая фраза	Визиты	Просмотры	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте			
Итого и средние	13 787	111 920	30,1%	8,1	0:05:43			
1. снять дом на новый год 2012	317	2 895	12,0%	9,1	0:05:50			
2. снять коттедж на сутки	314	2 644	13,4%	8,4	0:07:01			
4. снять коттедж	216	2 106	16,7%	9,8	0:07:48			
5. снять коттедж на выходные	204	1 987	10,8%	9,7	0:06:43			
6. снять коттедж на новый год 2012	203	2 050	16,3%	10,1	0:07:53			

В некоторых нишах, как показывает мой опыт, целесообразно проверять ключи раз в год - элементарно можно потерять много целевых посетителей не добавив в запросы ГОД 😊. Если этот период короче, или вы регулярно начинаете продвижение новых ключей, еще не добившись результатов по старым, то у вас есть все шансы превратить процесс продвижения в хаос. Хотя некоторые динамические рынки могут требовать и более частого исследования ключей.

### Цель повторного исследования ключевых слов:

- избавиться от "слабых" ключей
- выявить возможности и методы расширения
- скорректировать курс продвижения на будущее.

**Часть ваших ключевых слов** - эта категория слов, имеющих перспективу к росту, но не приносящих вам на данный момент желаемого результата. Зачастую потенциал таких ключевых слов еще не открыт и поэтому вам нужно подумать над тем, как улучшить их текущее положение.

**Вторая часть** - которые сейчас показывают отличные результаты и имеют огромный потенциал к росту. Посоветую вам сконцентрировать свои ресурсы на данных ключевых словах и увеличении уровня конверсии.

**Также есть пустышки** - ключевые слова не приносящие ничего и не имеющие шансов на дальнейший рост. Откажитесь от таких ключей, подберите замену и перенаправьте ресурсы в другое место.

**Трафикогенераторы** - ключевые слова с отличными результатами, но имеющие немного шансов на дальнейший рост – попробуйте поискать способы поддержки их текущего положения. Выявите причины почему дальше они расти не будут и учтите это на будущее.

С какими ошибками в исследовании ключевых слов сталкивались вы? Прошу делиться ими в комментариях.

Источник: [6 Keyword Research Mistakes You Might be Making](#)

Комментарии: [MyOST](#). Перевод: [SEOM.info](#)

## Часть V/11. Проектирование семантического ядра для крупных проектов

Автор: Виктор Карпенко (SeoProfy)

Я довольно таки часто в последнее время составляю ядра ключевых слов, как для малых проектов, так и для достаточно крупных. Если вам просто нужно подобрать ключевики, то просто советую прочитать довольно таки старый пост про *подбор ключевых слов*, он и на данный момент еще является актуальным.



Данный пост про то, как я составляю семантическое ядро, как раскладываю запросы, чем их подбираю, как фильтрую, и формирую для достаточно крупных проектов.

Я уже писал про *продвижение городского сайта*, но так как сейчас я формирую семантическое ядро для городского сайта, то на его примере мы и рассмотрим все этапы и нюансы.

**В посте будут рассмотрены такие этапы как:**

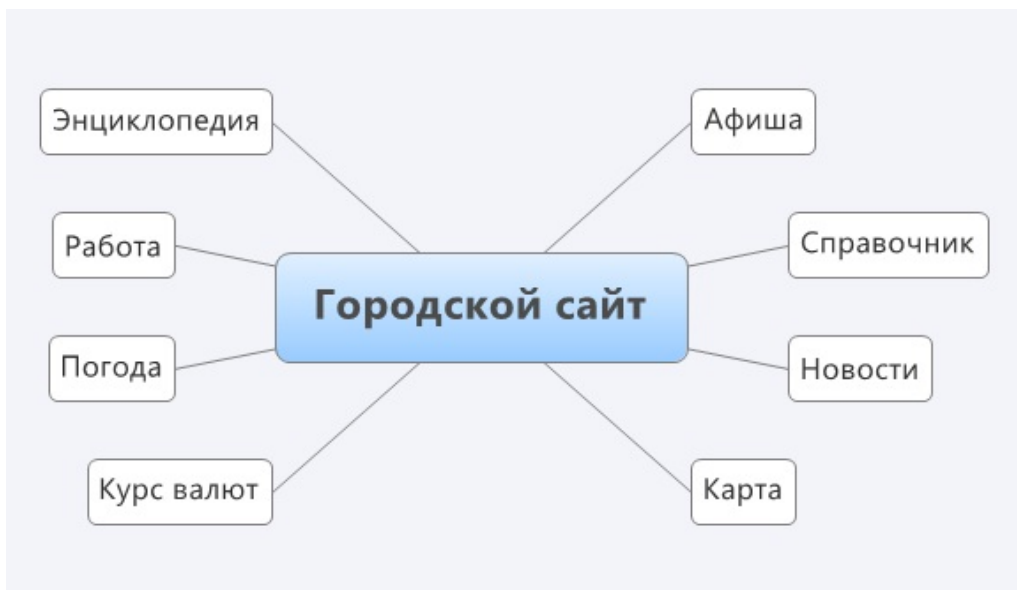
1. Структура сайта – проектирование
2. Сбор запросов
3. Фильтрация запросов
4. Окончательный список слов для каждого раздела
5. Приоритеты ключевых слов

А теперь предлагаю рассмотреть каждый пункт максимально детально, так как **в деталях кроется истина:**

### 1. Структура сайта

В данном случае я рассматриваю структуру еще не созданного сайт и у меня есть возможность изначально сделать все, так как нужно и будет правильно для SEO и удобства сайта.

Итак, у сайта есть основные направления:



У нас перед глазами картина всех основных разделов сайта, и для каждого раздела есть сотни, а то и тысячи ключевых слов.

Я все распределяю по приоритетам. Например, раздел справочник является самым прибыльным разделом в будущем, но и самым сложным по продвижению. Предлагаю начать с самого сложного.

Вот так выглядит начальная структура раздела справочник:



Как мы видим на картинке небольшая структура некоторых разделов справочника. Если подходить с точки зрения семантического ядра, то исходя из схемы выше тут около 5000 + ключевых слов.

**Простой совет:** если вы только создаете проект примерно такой сложности, то продумайте изначально его структуру, так как потом намного сложнее все поменять.

**Важно:** желательно, что бы все разделы справочника или другие разделы были доступны не дальше 3-4 кликов от главной страницы. Лучше всего не более 3-х.

Для данного проекта я делал структуру и продумывал все разделы более месяца, зато сейчас понятна полностью вся картина. Изначально сложно, но потом, все легко.

**Вывод:** для большого проекта, например как справочник городского сайта, который будет продвигаться практически по всем разделам, всех конкурентных ниш и не только желательно продумать максимально глубокую структуру разделов. Разделы структуры и будут начальными этапами сбора семантического ядра.

## 2. Сбор запросов

Здесь уже немного проще, так как у нас есть ориентир разделов, и мы знаем основные разделы, осталось по каждому разделу подобрать ядро запросов.

Для подбора ключевых слов можно использовать бесплатные сервисы как:

Подбор от Google <https://adwords.google.com/select/KeywordToolExternal>

Подбор от Яндекс <http://wordstat.yandex.ru/?cmd=words>

а так же платные сервисы:

База Пастухова <http://pastukhov.com/>

Key Collector <http://seom.info/tag/key-collector/>

До позавчера я использовал в основном только базу Пастухова для сбора ключевых слов, и пользуюсь и сейчас, но познакомился с Key Collector, и скажу, что в ней удобнее собирать ключевики с сервисов статистики Гугла и Яндекса.

Так вот ближе к делу, сбор запросов я в основном на начальном этапе делаю в excel, выглядит примерно это так:

	A	B	C	D	E	F
1	Ключевое слово	Запросы в месяц GA Украина	Ключевое слово	Запросы в месяц GA Украина	Ключевое слово	Запросы в месяц GA Украина
2	суши	9900	пицца	8100	доставка еды киев	1900
3	доставка суши	5400	пицца киев	4400	доставка обеда	720
4	доставка суши киев	4400	заказ пиццы	720	доставка обеда киев	720
5	суши доставка	1900	заказ пиццы киев	720	доставка обеда в офис киев	390
6	суши доставка киев	1600	заказ пиццы на дом	73	доставка обеда в офис	330
7	ресторан суши киев	890	заказ пиццы в киеве	490	доставка еды на дом киев	260
8	суши киев доставка	720	заказ пиццы круглосуточно киев	12	доставка еды по киеву	140
9	заказ суши киев	720	доставка пиццы киев	4400	доставка горячих обедов	73
10	доставка суши в киеве	390	доставка пиццы	3600	доставка горячих обедов в офис	73
11	суши на дом киев	390	доставка пиццы по киеву	260	доставка еды в офис	73
12	доставка суши киев круглосуточно	320	доставка пиццы в киеве	260	обед в офис	58
13	доставка суши по киеву	260	бесплатная доставка пиццы	230	киев доставка еды	58
14	бесплатная доставка суши киев	260	бесплатная доставка пиццы киев	230	доставка обедов в офисы	46
15	круглосуточная доставка суши	210	круглосуточная доставка пиццы	230	доставка комбинированных обедов	46
16	киев доставка суши	210	доставка пиццы киев круглосуточно	130	доставка обедов на дом	36
17	суши киев доставка бесплатно	170	киев доставка пиццы	170	доставка обедов офис	36
18	суши с доставкой киев	170	доставка пиццы на дом	140	доставка обедов в киеве	28
19	суши заказать киев	170	доставка пиццы на дом киев	140	доставка обедов по киеву	28
20	заказ суши на дом киев	170	доставка пиццы круглосуточно	91	бесплатная доставка обедов	28
21	доставка суши на дом киев	140	круглосуточная доставка пиццы киев	58	доставка готовых обедов	28
22	суши доставка киев круглосуточно	110	доставка пиццы киев бесплатно	46	заказать обед киев	16
23	доставка суши круглосуточно киев	110	доставка пиццы круглосуточно киев	46	обед в офисе	5
24	доставка суши в офис	93	доставка пиццы бесплатно	28	заказать обед	5
25	круглосуточная доставка суши киев	73	быстрая доставка пиццы	12	обед с доставкой	5

Так как для данного проекта мне важнее всего Google, то я на него делаю акцент, но слова из Яндекса тоже беру и анализирую.

В справочники все разделы коммерческие кроме гос. учреждений, и поэтому очень важно собрать длинный хвост НЧ запросов, что бы получать трафик быстрее, до того пока основные высоко конкурентные слова выйдут в топ.



Лучший вариант узнать ключевые слова посмотреть слова у конкурента, но в последнее время все реже и реже такое случается, но все же можно использовать:

<http://www.liveinternet.ru/rating/ru/> выбираем раздел и нажимаем на посмотреть статистику раздела

<http://top.bigmir.net/> для Украины, у многих сайтов открыта статистика

<http://catalog.i.ua/> немало сайтов со счетчиками от i.ua

<http://hit.ua/>

По-мимо того что подсмотреть реальную статистику можно так де сделать анализ обратных ссылок. Например вчера мне нужно было подобрать ядро для доставки суши, и старый добрый Yazzle помог просканировать конкурента:

Сайт	Страниц	Яндекс.Каталог	CY	PR	Текст ссылки
cavour.ru/blyuda_iz_subproduktov/pitstva_c...	2		40	0	пицца Киев
recept.by/articles/pizza/	4	Рецепты	40	3	доставка пиццы
vkusnodom.ru/view.php?cat=76	1		10	1	пицца
analizpro.ru/node/1941/	1		0	0	доставка суши
omotociklax.ru/group/suzuki/	2		140	1	доставка пиццы Киев
pizza-grad.ru/menu.shtml	4		0	0	пицца
hermash.ru/category/news/news_my/	6		0	0	доставка суши
find.su/sushi/	1		50	0	доставка суши в Киеве
povart-club.ru/load/1-1-0-6/	1		20	0	n/f
edatoday.ru/sec2.php?s_uid=1211	2		10	1	пицца Киев
vkusok.ru/category/picca/	3		10	0	пицца
o-bulgaria.ru/kabachkovaya-picca/	3		20	0	n/a
satworld.ru/component/option,com_frontpag...	2	Телевидение	230	1	доставка пиццы
wmos.ru/secure/	2		120	3	Суши Киев
moirecept.ru/contents_pizza_0.html	1		0	0	пицца
stryapuha.ru/vtorye-blyuda/picca-s-kopchen...	2		0	0	пицца
love-text.ru/category/einiaoeea-iadhothiadh...	2		10	0	доставка суши
poldnik.com/recipe/blyuda_iz_testa-pitstva/	2		0	0	n/a
humres.org/page/8/	2		0	0	доставка суши
connect-personal.ru/content/view/220/154/	2	Работа	220	2	доставка пиццы Киев
dakozz.com/category/moi-celi/	9		0	0	доставка суши
click2food.ru/spb/pizza/197/	2		10	0	доставка пиццы
mnovosti.ru/phones/art/5160.html	69	Сотовые телефоны	1200	3	Николай
miniotell-moscow.ru/sushi/	3		0	2	Доставка суши
imateshops.ru/orgs/10746.htm	1		0	0	пицца
chtochto.ru/node/12/	3		90	0	доставка пиццы Киев

Да этапе сбора ключевых слов мы просто собираем все возможные ключевые слова по теме, и потом приступаем к следующему пункту – фильтрации.

### 3. Фильтрация запросов

Тут все очень просто, я обычно фильтрую на слова пустышки, а так же на те, что не связаны с темой. Например, у нас доставка суши в Киеве, а в списке другие города.

#### Запросы пустышки и как их определить

Если взять например wordstat, и ввести ключевое слово:



[Статистика посещений](#)

## статистика ключевых слов

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

Ключевые слова и словосочетания

доставка обедов

Регионы

[Уточнить регион...](#)

Украина

Что искали со словами «доставка обедов» — 691 показ в месяц.

Слова	Показов в месяц
<a href="#">доставка обедов</a>	691
<a href="#">доставка обедов +в офис</a>	179
<a href="#">доставка обедов киев</a>	111

То показывает 691 показ в месяц, а если посмотреть точнее:



[Статистика посещений](#)

## статистика ключевых слов

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

Ключевые слова и словосочетания

"доставка обедов"

Регионы

[Уточнить регион...](#)

Украина

По точной фразе "доставка обедов" — 59 показов в месяц.

[Подобрать слова по фразе без кавычек](#)

То получается совсем другая картина. В данном примере возможно приведен не лучший поисковой запрос, но суть остается таковой что есть большой число ключевых слов, по которым показывает что есть достаточно трафика, а на самом деле там ничего нет.

На этапе фильтрации очень важно отсеять такие ключевые слова. С Key Collector я еще не полностью разобрался, но по-моему там есть такого рода функции и не только что бы определить лучшие поисковые запросы.

#### 4. Окончательный список для каждого раздела

Если вернуться выше в пункт 3, то там я показал список ключевых слов для доставки. Так вот там окончательный список запросов для разделов.

Это фильтрация на пустышки, просмотр статистики конкурентов, подбор максимального количества СЧ и НЧ запросов.

Например, так выглядит окончательный список ключевых слов для сайта брачного агентства, где каждый тип нишевых запросов распределен на разные разделы.

1	russian women	russian brides	russian girls	russian dating	russian ladies	russian wives	7
2							
3	russian women	russian brides	russian girls	russian dating	russian ladies	russian wife	russian won
4	russian women for marriage	hot russian brides	russian girl	russian dating sites	hot russian ladies	russian wives	hot russian v
5	russian women personals	russian mail order brides	hot russian girls	free russian dating	russian lady	russian wife finder	dating russi
6	hot russian women	russian bride	sexy russian girls	russian dating site	russian ladies for marriage	find russian wife	sexy russian
7	beautiful russian women	russian brides for sale	russian girls for marriage	free russian dating sites	beautiful russian ladies	buy a russian wife	meet russian
8	sexy russian women	russian mail order bride	russian girls dating	russian date	single russian ladies	buy russian wife	beautiful ru
9	meet russian women	russian mail order brides prices	hot russian girl	russian dates	russian ladies dating	russian wife for sale	single russi
10	dating russian women	hot russian bride	beautiful russian girls	russian dating service	sexy russian ladies	mail order russian wife	date russian
11	single russian women	mail order russian brides	russian sexy girls	russian online dating	pretty russian ladies	wife russian	russian won
12	russian women dating	mail order brides russian	dating russian girls	russian dating services	dating russian ladies	russian mail order wife	woman russ
13	date russian women	sexy russian brides	sexy russian girl	russian dating agencies	russian lady	hot russian wife	russian sexy
14	russian single women	russian brides online	single russian girls	dating russian	russian single ladies	find a russian wife	russian won
15	russian women marriage	russian male order brides	date russian girls	russian dating agency	russian ladies marriage	russian wife agency	marrying a r
16	marry russian women	russian order brides	meet russian girls	russian dating website	lovely russian ladies	russian wife catalog	russian won
17	find russian women	mail order russian bride	russian hot girls	russian dating websites	single russian lady	russian wife order	marry russi
18	russian women to marry	beautiful russian brides	russian girls looking for you	russian dating marriage	russian sexy ladies	get russian wife	russian won
19	russian women for sale	russian brides dating	beautiful russian girl	online dating russian	ladies russian	get a russian wife	russian won
20	russian women date	russian mail brides	russian girls marriage	dating russians	ladies russian brides	sexy russian wife	russian won
21	russian women seeking men	russian brides photos	russian sex girls	russian dating customs	lady russian	hot russian wives	dating a russ
22	marriage russian women	order russian brides	russian sexy girl	free russian dating site	dating russian lady	buying a russian wife	dating russi
23	russian womens	russian bride agency	russian girl dating	best russian dating sites	sexy russian lady	order a russian wife	russian won
24	looking for russian women	russian mailorder brides	pretty russian girls	russian date sites	russian ladies for dating	looking for russian wife	bride russian
25	russian women seeking marriage	mail order bride russian	meet russian girl	dating russian single	russian sexy lady	a russian wife	marry a russ

Для такого проекта как справочник нужно не мало времени что бы собрать отличное ядро, по которому сайт будет продвигаться, но для эффективного SEO без этого никак.

## 5. Приоритеты ключевых слов

Всегда есть приоритеты у проекта, например, собрать максимально много трафика, за минимальные вложения. Или как в случае с городским порталом и разделом справочник, то вывести сначала самые топовые тематики в топ, что бы привлечь рекламодателей.

Или самый распространенный вариант это выписать самые трафиковые слова, например то 100 или топ 200 слов, и постепенно вывести их в топ поисковых систем, что бы увидеть результат, после чего взять топ 500 или топ 1000 запросов.

**Важно:** для того что бы сделать внутреннюю оптимизацию необходимы:

1. Оптимизированные тексты
2. Оптимизация мета тегов

Так вот что бы дать ТЗ для написания текстов нужно определиться с ключевыми словами, и составить ядро для сайта. Тогда все легко в том плане, что все под рукой и понятно, куда необходимо двигаться.