СЕМАНТИЧЕСКОЕ ЯДРО

Семантическое ядро основа

Первый и самый важный шаг – это составление семантического ядра (СЯ).

От него зависит стратегия (выбор целевых страниц под запросы, определение контента и др.) и приблизительная стоимость процесса продвижения.

Если СЯ составлено некорректно, сколько бы средств не было вложено, желаемого успеха не будет.

Что такое семантическое ядро

Это база (список) поисковых слов, словосочетаний и морфологических форм, наиболее точно характеризующих вид деятельности, товары и услуги, которые предлагает сайт.

Семантическое ядро представляет собой совокупность ключевых запросов, которые необходимо внедрить в тексты на страницах Вашего сайта.

Что такое «поисковый запрос»

Поисковый запрос — слово, фраза, выражение, вводимое пользователем в поисковую строку поисковой системы с целью получения списка сайтов, которые отвечают на запрос или потребность вводимого запроса.

Запросы в семантическом ядре должны максимально соответствовать представлениям посетителей о сайте.

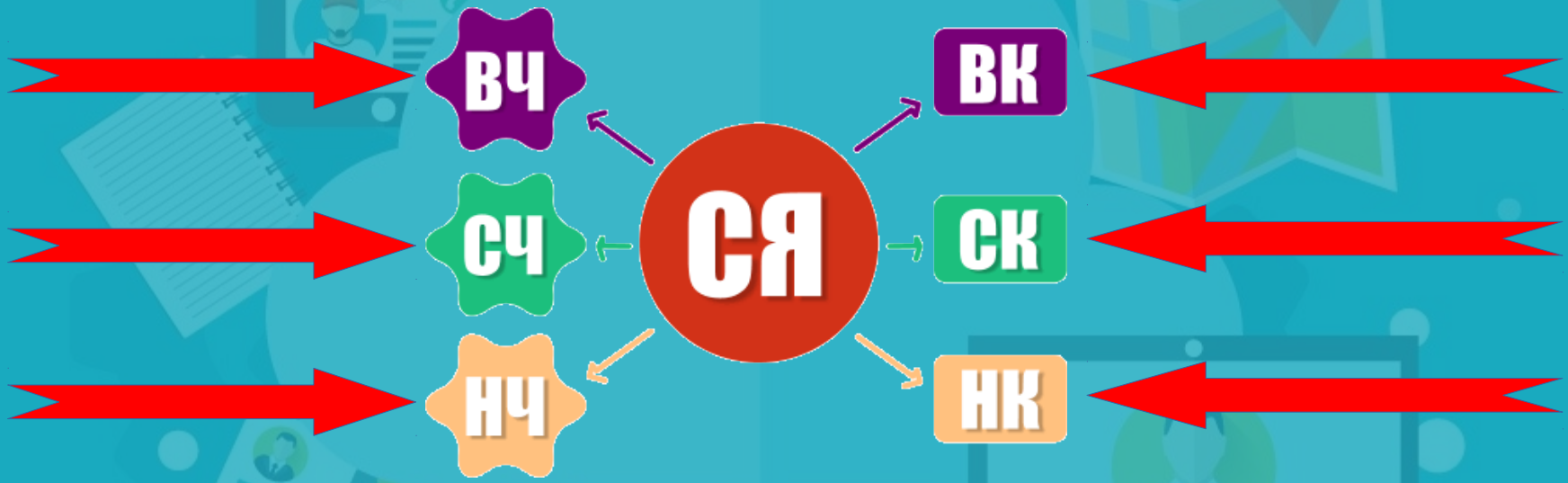
Что такое «ключевое слово»

Ключевые слова – это слова и словосочетания, представляющие собой поисковые запросы, по которым продвигается сайт ТОП поисковой выдачи, и составляющие часть контентного наполнения страницы продвигаемого сайта.

Мы узнаем

- Какие факторы нужно учитывать при составлении СЯ;
- Как максимально грамотно и эффективно сформировать СЯ
- Какими инструментами пользоваться
- Как избежать ошибок при составлении СЯ;
- Где применить СЯ.

Семантическое ядро



основные факторы: количество показов или частотность и конкурентность запроса

Виды запросов

1)Общие - мотив пользователя по ним определить сложно

2)Информационные - ищем требуемую информацию

3)Мультимедиа запросы - фото, видео, аудио

4)Навигационные - цель найти определенный сайт.

5)Транзакционные - заказать, купить, вызвать, рассчитать, стоимость, цена

6)Геозависимые - доставка пиццы Черкассы, установка окон Киев

Классификация поисковых запросов

По популярности:
Низко частотные (НЧ)
Средне частотные (СЧ)
Высоко частотные (ВЧ)

По назначению:
Информационные
Транзакционные
Навигационные

По конкуренции:
Низко конкурентные
Конкурентные
Высоко конкурентные

Более продвинутые классификации

По четкости формулировки

- Нечеткие (многозначные)
- Четкие (однозначные)

По актуальности или постоянству

- Постоянные
- Сезонные
- Взлеты интересов
  - предсказуемые
  - непредсказуемые

Виды по частоте

Частота запросов Google (по Adwords)

- Высокочастотные (ВЧ) от 10 000 и выше
- Средне частотные (СЧ) от 1000 10 000
- Низкочастотные (НЧ) от 100 1000

Частота показов Яндекс (по Wordstat)

- Высокочастотные (ВЧ) от 35 000
- Средне частотные (СЧ) от 3000
- Низкочастотные (НЧ) от 500

Частотность — количество запросов за месяц

Запросы от их частотности:

ВЧ — обычно это общий информационный запрос, состоящий из одного–двух слов.

Используется обычно как имиджевая реклама (для роста узнаваемости бренда) или как источник трафика.

СЧ — уточненный ВЧ-запрос, обычно 2–4 слова.

НЧ — самый точный запрос от посетителя поисковой системы, обычно состоящий из 4–7 слов.

Его задают посетители, точно знающие какой товар и в какой комплектации они хотят приобрести.

Виды по конкурентности

Конкурентность: количество и качество раскрученных сайтов в топе

- Количество документов в выдаче (на какой странице начинается откровенный мусор)
- Количество главных страниц (морд) в топе;
- Вид сниппета и наличие в нем ключей.
- Наличие «ключа» в URL.
- Количество контекстной рекламы в выдаче

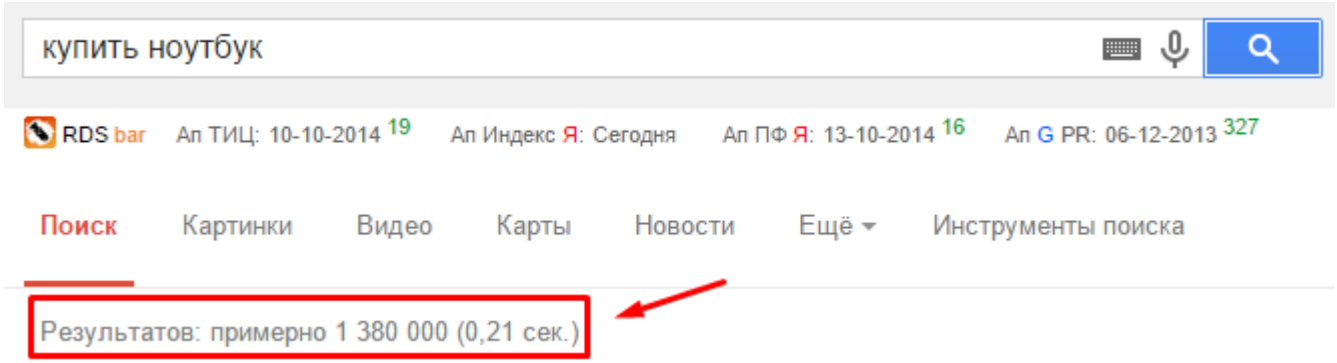
Измеряем конкурентность

– Возраст доменов;
– Технические характеристики сайтов;
– Число прямых вхождений запроса в заголовки;
– Среднее количество обратных ссылок на сайты в топе;
– Сезонность;
– Наличие точного «ключа» в саджесте поиска;*
– Наличие страницы с Википедии, Ютуба;
– Наличие географической карты в поиске;
– Количество слов в запросе;
– Качество оптимизации контента.

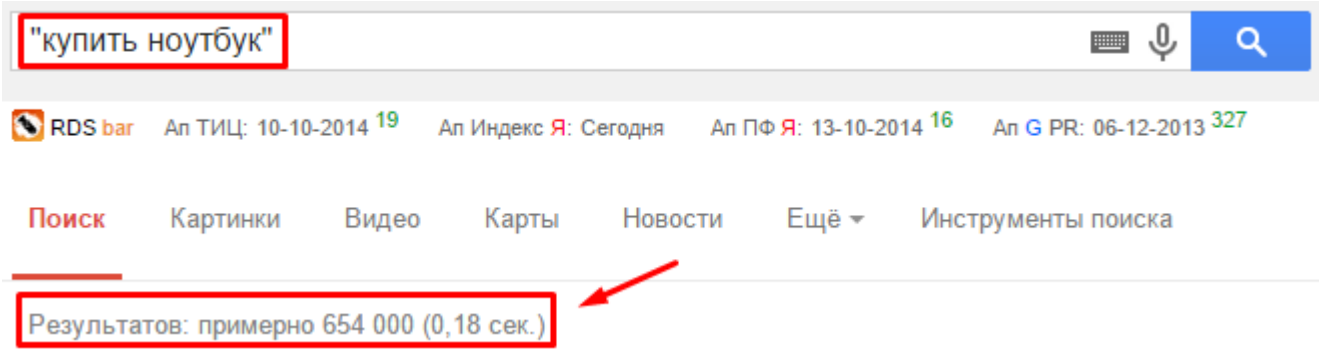
*Саджест – это поисковая подсказка

Число страниц в Интернете

Содержащих заданный поисковый термин:



Число страниц в Интернете, содержащих точное совпадение заданной фразы:



Факторы, влияющие на с/я

- количество показов (частотность);
- страницы, релевантные поисковым запросам;
- страницы в ТОПе (главные или внутренние);
- примерная стоимость продвижения данного запроса;
- конкурентность данного запроса;
- показатель отказов;
- сезонность запроса;
- геозависимость запроса;

Цели создания С/Я

- Получение полного списка **слов**, по которым намерены получать потенциальных клиентов;
- Построение структуры сайта и создание **новых** разделов и страниц;
- Подготовка **контента** ориентированного на получение трафика;
- Формирование ограниченного набора ключевых слов с целью рационального выделения ресурсов на продвижение сайта;
- Изучение тенденций рынка, колебаний спроса и географии торговых точек.

Наша цель

1. **Чтоб нас нашли**
   мы должны нравиться поисковой системе

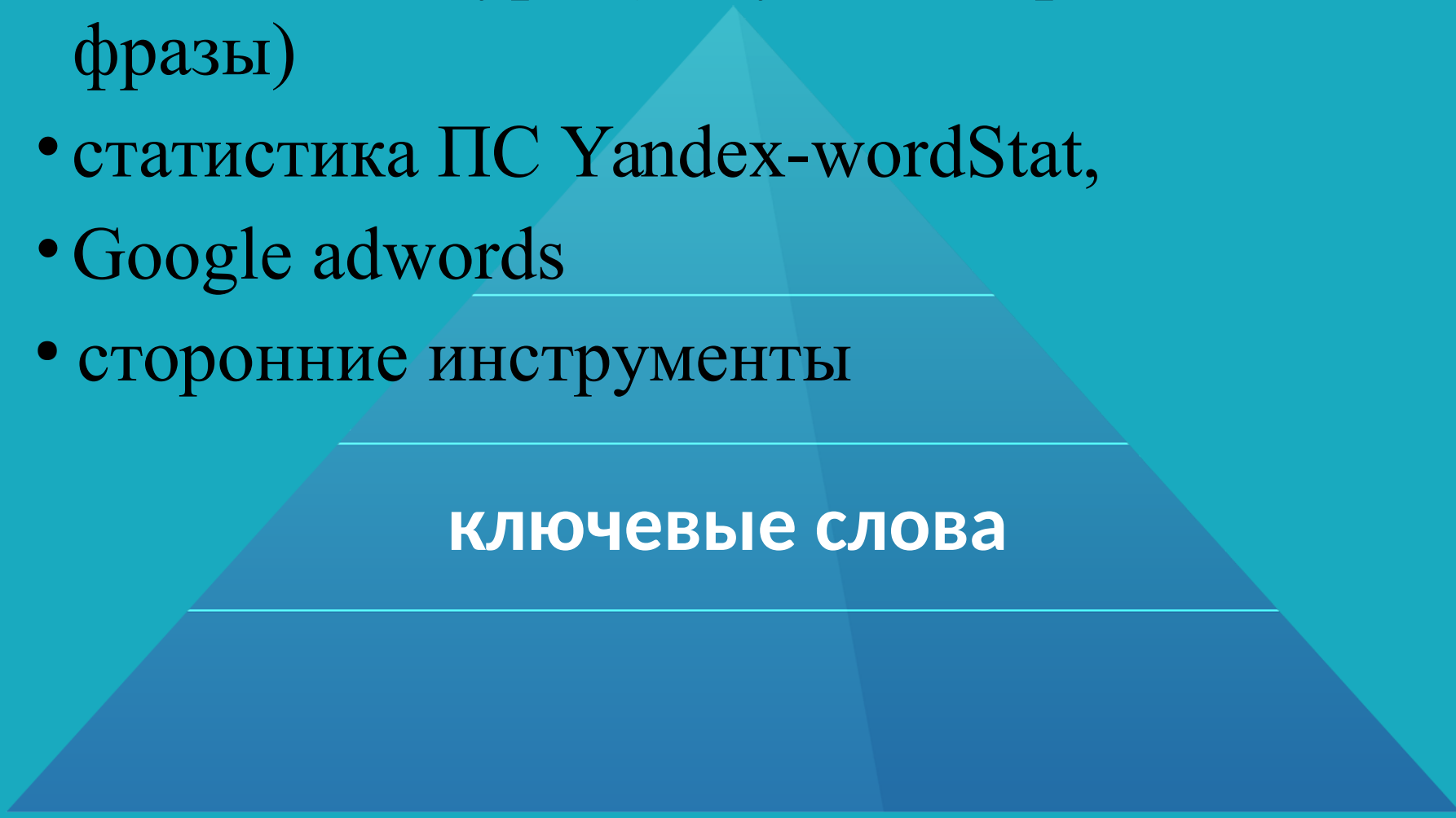
2. **Чтоб мы зацепили**
   привлечь с поиска
   задержать у себя на сайте
   быть полезными

3. **Чтоб у нас купили**
   быть емкими
   дать то, что надо

Сбор семантики начало в этой работе

Где искать запросы ?

- мозговой штурм (получим стартовые фразы)
- статистика ПС Yandex-wordStat,
- Google adwords
- сторонние инструменты



Мозговой штурм

Этапы мозгового штурма

1) Постановка проблемы: этот этап считается предварительным. Он подразумевает четкую формулировку проблемы

2) Генерация идей: это основной этап и именно от него зависит успех всего предприятия

3) Отбор, систематизация и оценка идей: выделить по-настоящему эффективные идеи и привести весь мозговой штурм к общему знаменателю

По размышляем

Сайт: продажа детских книг

Запрос: “Популярные книги”

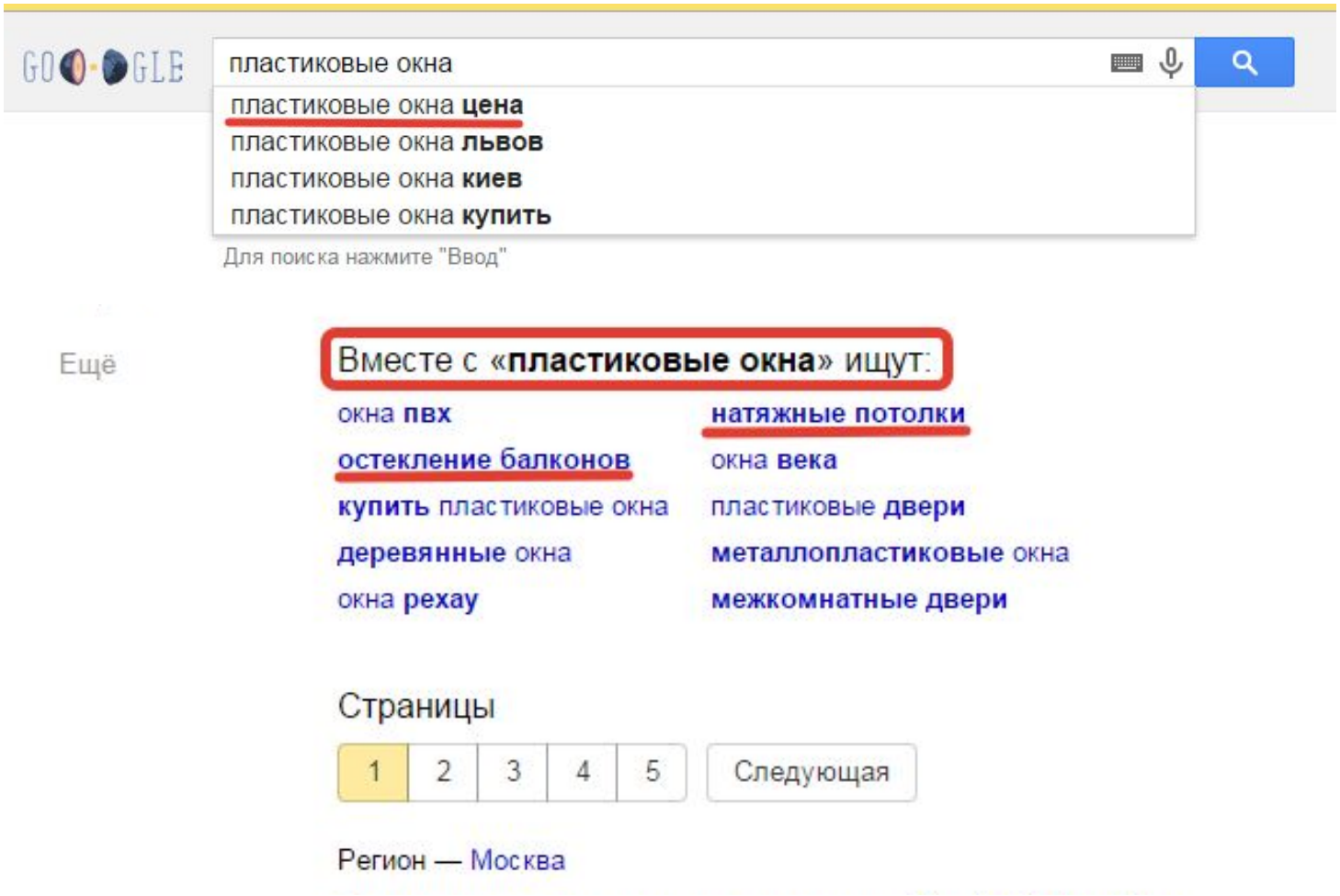
Запрос: “Интересные сказки для детей”

Запрос: “Детские книги”

Запрос: “Интересные книги для детей”

Запрос: “Купить лучшие детские книги”

Поисковые подсказки



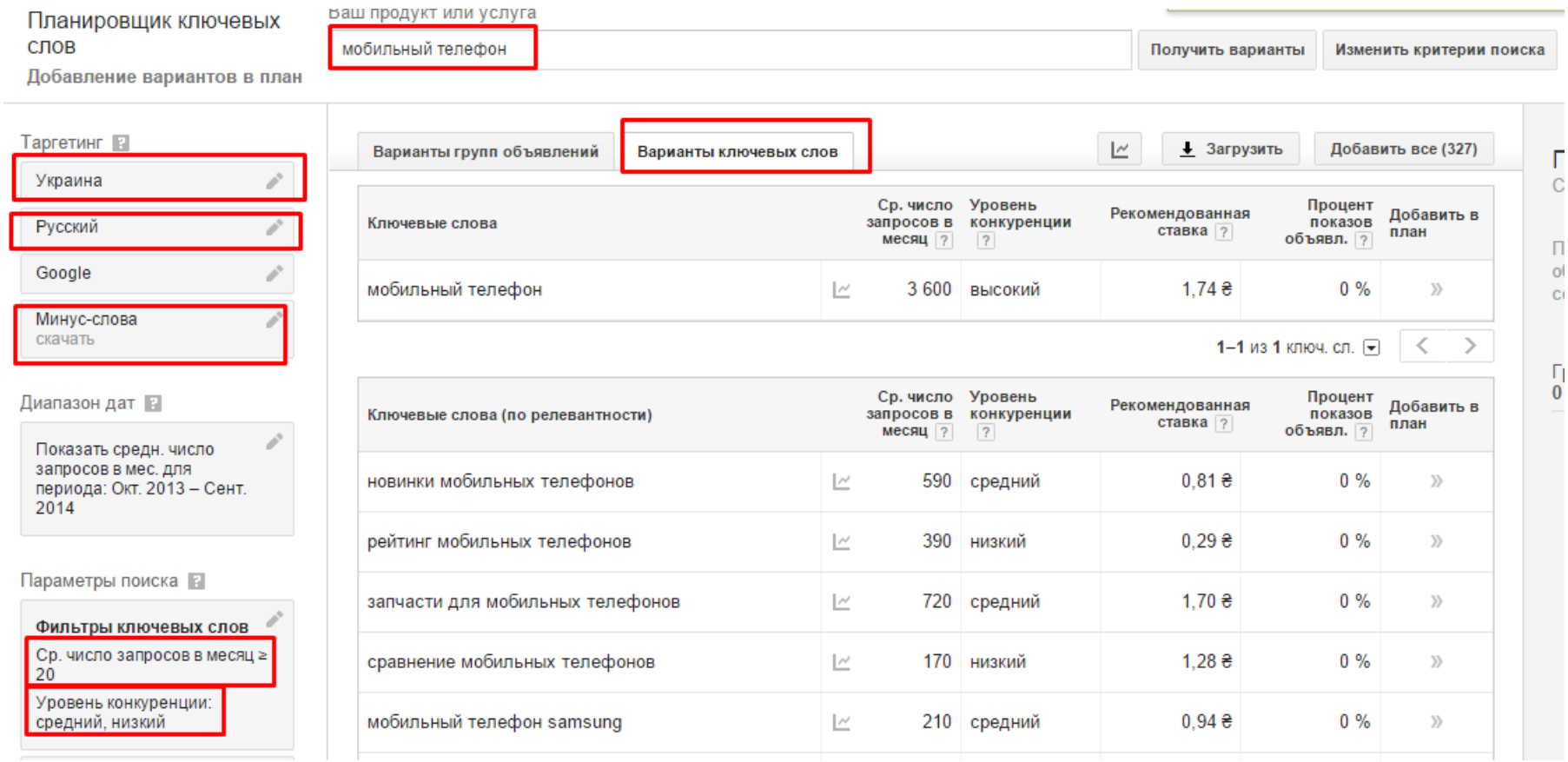
Google Adwords и Yandex WordStat

Поочередно вводя каждое слово первичного списка в строку поиска любого из этих сервисов, мы получим расширенный список уточненных и ассоциативных запросов.

Уточненные запросы – те, которые включают слово из нашего первичного запроса.

Например, введя слово «подарок», вы обнаружите 200 запросов с этим словом, которые на самом деле вводили пользователи за прошедший месяц: «купить подарок», «подарок своими руками», «подарок для мужчины» и т.д.

Google Планировщик



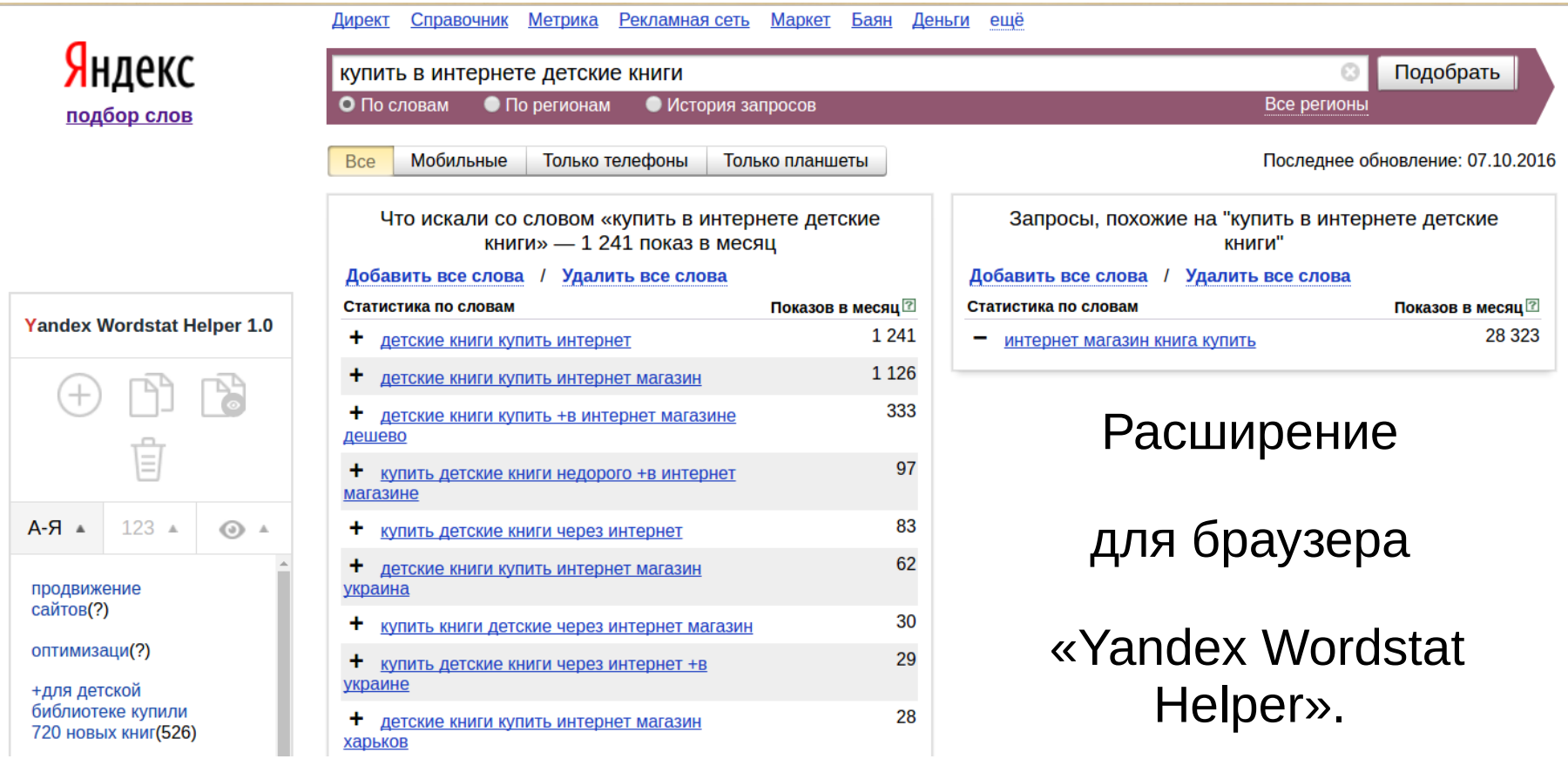
Конкуренции ключевых слов

По Google Adwords

Ключевые слова (по релевантности)	Ср. число запросов в месяц	Уровень конкуренции	Рекомендованная ставка
купить мобильный телефон lenovo	50	высокий	2,74 ₴
мобильный телефон lenovo p780	70	высокий	1,77 ₴
мобильный телефон lenovo s820	170	высокий	2,12 ₴
мобильный телефон lenovo a516	90	средний	1,59 ₴
мобильный телефон lenovo a369i	50	средний	2,56 ₴

Ключевые слова (по релевантности)	Ср. число запросов в месяц	Уровень конкуренции	Рекомендованная ставка
нетбук acer	140	средний	1,09 ₴
ноутбуки acer	320	средний	1,76 ₴
acer aspire one	1 600	низкий	1,02 ₴
acer aspire	5 400	низкий	1,45 ₴

Яндекс Вордстат



Расширение

для браузера

«Yandex Wordstat Helper».

wordstat.yandex.ua

Операторы Wordstat

Операторы – это специальные символы, которые помогают поисковой системе лучше понимать запросы пользователей. Часто используются следующие:

< “ “ > Двойные кавычки точная реальная статистика

< — > Знак минус убирает указанные слова

< ! > В точном виде без изменения окончаний слов

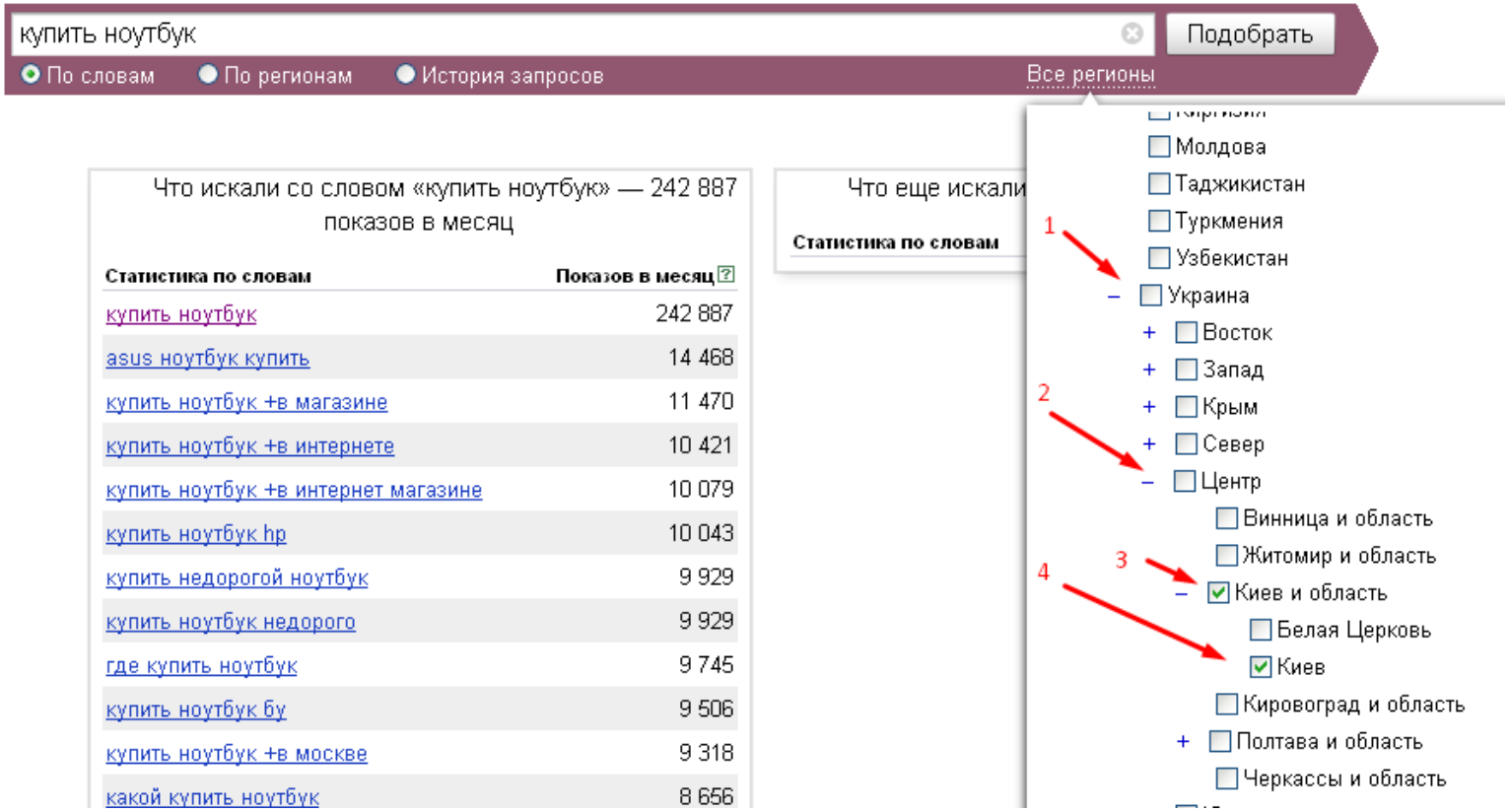
< + > Знак плюс принудительный учет предлогов

< | > Выдачи данных сразу по нескольким условиям

< ( ) > Задавая группы слов

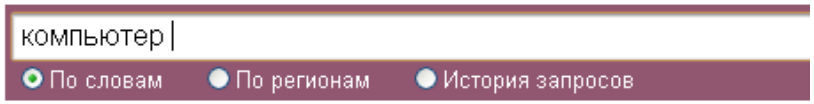
Yandex Wordstat

Выставляем **регион** перед работой:



Yandex Wordstat

Исключаем ненужные слова:



Что искали со словом «компьютер » — 9 367 674 показа в месяц

Статистика по словам	Показов в месяц
компьютер	9 367 674
скачать +на компьютер	2 240 515
компьютер бесплатно	1 478 092
игры +на компьютер	1 066 442
скачать +на компьютер бесплатно	1 045 449
скачать бесплатные +на компьютер	1 045 190
через компьютер	810 331

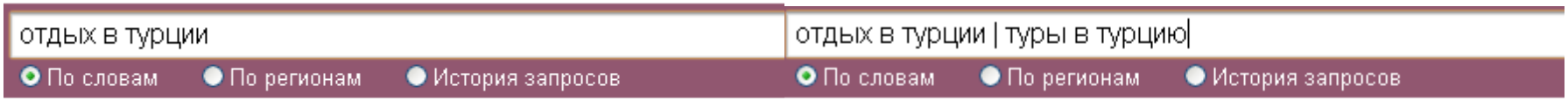
Что искали со словом «компьютер -скачать» — 6 759 837 показов в месяц

Статистика по словам	Показов в месяц
компьютер	9 367 674
компьютер бесплатно	1 478 092
игры +на компьютер	1 066 442
через компьютер	810 331
+на компьютер торрент	572 373

! *В этом нам поможет оператор "-"*

Yandex Wordstat

Ищем сразу по нескольким ключевым словам:



Что искали со словом «отдых в турции» — 91 430 показов в месяц

Статистика по словам	Показов в месяц
отдых +в турции	78 557
отдых +в турции цены	16 329
отдых +в турции 2014	15 274
отдых +в турции 2014 цены	11 751
отдых +в турции +в октябре	10 292
отдых +в турции +в сентябре	9 366
отдых +в турции +все включено	8 063

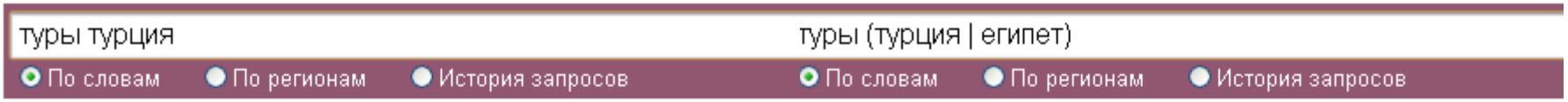
Что искали со словом «отдых в турции | туры в турцию» — 235 426 показов в месяц

Статистика по словам	Показов в месяц
туры +в турцию	124 205
туро турция	112 962
отдых +в турции	78 557
горящие туры +в турцию	48 128
туры +в турцию 2014	24 847
туры +в турцию сентябрь	18 599
отдых +в турции цены	16 329

! *В этом нам поможет оператор "| " (ИЛИ)*

Yandex Wordstat

Ищем с группировкой слов:



Что искали со словом «туры турция» — 146 184 показа в месяц

Статистика по словам	Показов в месяц
туры +в турцию	124 205
туро турция	112 962
горящие туры +в турцию	48 128
туры +в турцию 2014	24 847
туры +в турцию сентябрь	18 599
турция туры +в сентябре 2014	14 141
горящие туры +в турцию 2014	12 184
турция +в сентябре горящие туры	11 608

Что искали со словом «туры (турция | египет)» — 344 698 показов в месяц

Статистика по словам	Показов в месяц
туры +в египет	171 574
туры +в турцию	124 205
туро турция	112 962
горящие туры +в турцию	48 128
горящие туры +в египет	44 534
горящи туры +в египет	44 517
туры +в египет 2014	36 089
туры +в турцию 2014	24 847

! *В этом нам поможет оператор "()"*

Yandex Wordstat

Смотрим только точное вхождение:

Что искали со словом «цена тура турция» — 10 820 показов в месяц

Статистика по словам	Показов в месяц
тур +в турцию цены	8 026
турция туры цены 2014	5 691
турция +в октябре туры цены	2 232
туры турция октябрь 2014 цены	2 065
туры турция сентябрь 2014 цены	1 110

Что искали со словом «!цена тура турция» — 1 400 показов в месяц

Статистика по словам	Показов в месяц
тур +в турцию цена	8 025
тур +в турцию цена 2014	4 176
горящие туры +в турцию цена	1 079
цена тура кемер турция	240
горячие туры +в турцию цена	99

! *В этом нам поможет оператор "!"*

Собираем все в файл

1	Keyword	частотность	конкуренция	рекомендованная ставка
2	создание сайта	1 тыс. – 10 тыс.	0,81	33,46
3	создать сайт	1 тыс. – 10 тыс.	0,89	33,2
4	разработка сайтов	1 тыс. – 10 тыс.	0,83	27,55
5	продвижение сайта	1 тыс. – 10 тыс.	0,84	55,58
6	раскрутка сайта	1 тыс. – 10 тыс.	0,83	53,57
7	создание интернет магазина	1 тыс. – 10 тыс.	0,9	37,53
8	сайт визитка	1 тыс. – 10 тыс.	0,87	16,68
9	создать интернет магазин	1 тыс. – 10 тыс.	0,94	29,49
10	создать свой сайт	100 – 1 тыс.	0,69	25,77
11	заказать сайт	1 тыс. – 10 тыс.	0,92	24,29
12	веб дизайн	1 тыс. – 10 тыс.	0,35	4,28
13	купить сайт	1 тыс. – 10 тыс.	0,77	7,43
14	веб студия	1 тыс. – 10 тыс.	0,76	13,9
15	сделать сайт	100 – 1 тыс.	0,84	14,71
16	изготовление сайтов	100 – 1 тыс.	0,68	25,27
17	создание и продвижение сайтов	100 – 1 тыс.	0,71	32,01

Keyword Planner 2017-09-10 at 13:37:22.tsv

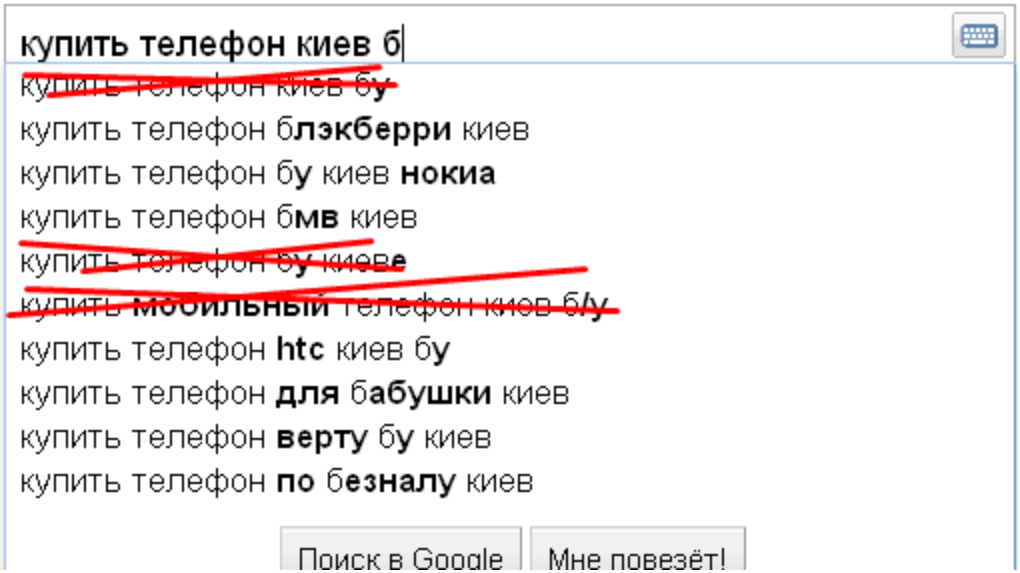
Чистим семантическое ядро

- Пустые запросы
- Дорогие запросы
- Нецелевые запросы
- Устаревшие запросы
- Не продающие запросы
- Запросы, имеющие несколько толкований

Нецелевые запросы

как убрать лишнее на руках	0,00	1	49 New

убрать лишнее	0,00	1	40 New



* Запросы по которым ранжируется интернет магазин

Устаревшие запросы

Что такое устаревшие запросы? Это запросы, которые потеряли свою актуальность по прошествии времени.

Например:

- “Лучший мобильный телефон 2017 года”
- “Туры в Египет 2017”
- “Новинки ноутбуков 2017 года”

Такие запросы становятся не актуальными. Поэтому нужно постоянно чистить свое семантическое ядро сайта от такого мусора.

Не продающие запросы

Опираемся на опыт и системы аналитики

Яндекс
метрика

«Почему не включается ноутбук» – ?! (Продающий или нет?)

Дорогие запросы

Количество вложенных инвестиций даже не окупает выход запроса в ТОП

Имеющие несколько толкований

или

Определение цели пользователя

Недорого?

Купить?

Характеристики?

Цена?

Фото?

Отзывы?

Обзор?

Воронка семантики

Группировка запросов

- 1 запрос продвигать на 1 страницу
- Запросы должны идти на максимально уточняющие страницы
- Нельзя боятся создавать новые страницы по итогам сбора СЯ
- Нельзя боятся объединять старые страницы по итогам сбора СЯ
- Забыть про принцип ВЧ на морду, остальное на внутренние
- Выровнять кол-во запросов по страницам
- Стараться подбирать связанные запросы, которые можно было бы скрещивать
- Коммерческие и информационные запросы нельзя группировать вместе
- Главная страница имеет наибольший вес в поиске, но пытаться с нее продвинуть все запросы — бесполезное занятие.

Что делать с готовым ядром

- Составление тега <title>
- Составление метатега <description>
- Составление тегов <H1>
- URL адрес
- Составления ТЗ копирайтеру
- Заполнение атрибута alt, title – тега <img>
- Включение запросов в анкор лист

Выводы

1. Второй шаг в продвижение сайта это составления С/Я
2. Используем доступные источники для сбора ключевых фраз:
Планировщик ключевых слов от Гугла,
Сервис Yandex.Wordstat

Исключите из семантического ядра ключи, которые никак не связаны с вашим сайтом, под которые вы не готовы создавать отдельные информационные страницы.
Разделите семантическое ядро как минимум на две группы: коммерчески и сопутствующие ключи.

Выводы

- Ключевые слова – основной инструмент таргетинга в поисковой оптимизации
- Работа над семантическим ядром является постоянным и непрерывным процессом
- Учимся определять слова по важности

Домашние задание

- Анализ сайтов конкурентов – выбираете своих прямых конкурентов и просматриваете тексты их сайтов, выделяя и выписывая все слова, которые могут быть ключевыми.
- Анализ поисковой (контекстной) рекламы по вашей теме – определите, какие слова используют в рекламных объявлениях ваши конкуренты

simple-seo-tools.com/ru

Google Adwords и Yandex WordStat

Поочередно вводя каждое слово первичного списка в строку поиска любого из этих сервисов, мы получим расширенный список уточненных и ассоциативных запросов.

Уточненные запросы – те, которые включают слово из нашего первичного запроса.

Например, введя слово «подарок», вы обнаружите 200 запросов с этим словом, которые на самом деле вводили пользователи за прошедший месяц: «купить подарок», «подарок своими руками», «подарок для мужчины» и т.д.

Собрать поисковые запросы

- создать список разделов
- найти ассоциации и синонимы
- составить список брендов, жаргонизмов
- слова безопасности и доверия
- сбор частоты Яндекса и Google,
- чистка списка

Semantika-primer

Спасибо и успехов!