

Зачем это нужно? Чтобы узнать, какие интересующие вас запросы и кто использует, чтобы использовать на своем сайте полученную информацию для увеличения притока потенциальных покупателей. Анализ поисковых запросов позволяет понять, какие статьи, ключевые слова и тип контента дадут вам преимущество в поиске, что положительно скажется на увеличении посещаемости. Возможности поисковой оптимизации безграничны. [Прочитайте этот красноречивый пост о парне, который за 9 месяцев смог раскрутить сайт до 100 тысяч посетителей, причем на японском языке, не зная его.](#) «Трастовость» сайта — его авторитетность по выбранному запросу или нише. Этот параметр и другие можно узнать с помощью простого расширения для браузера Chrome.

Эта статья — первая из шести, в которых даётся полная инструкция для продвижения сайта, статьи, поста бесплатными методами. Оно не требует профессиональных знаний и чтобы получить результат, нужно просто повторить приведенные ниже действия.

По ссылке вы можете скачать книгу «Бесплатное продвижение сайта: полное руководство для непрофессионалов» в формате PDF.

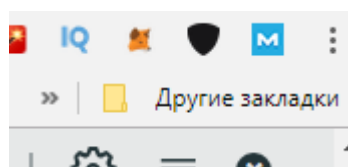
Бесплатные - Скачать книгу бесплатно



## Содержание

1. Анализ поисковых запросов и конкурентов за 15 минут
2. [Поиск точных ключевых слов: бесплатная инструкция для «чайников»](#)
3. [Привлечь больше покупателей: 4 правила создания продающей статьи](#)
4. [SEO оптимизация, как это работает: 5 отличий популярной статьи](#)
5. [Как собрать email базу клиентов на своем сайте в 3 этапа](#)
6. [Бесплатное продвижение сайта: способы и возможности](#)

Сначала установите расширение [MozBar Chrome](#) и затем задайте поиск целевого ключевого слова. Запустите расширение, щелкнув значок в панели браузера (убедитесь, что он светло-голубой).



Теперь в Google в поисковой строке задать интересующий запрос.



На скриншоте указана информация, которую предоставляет MozBar Chrome.



Интерес представляют::

- Ценность страницы
- Ценность домена
- [Количество обратных ссылок](#)

Каждый из них помогает понять, насколько «дорогим» для продвижения является ключевое слово.

Теперь нужно изучить страницы с параметрами домена и страницы, равными или уступающими показателям вашего сайта.

Если пролистать поисковые результаты, то найдете сайты с низким уровнем «тарстности» и меньшим числом обратных ссылок, чем ваш. Откройте несколько из них и посмотрите по каким запросам они индексируются в поиске.



Но это ещё не всё.

Нужно проанализировать ещё несколько параметров:

- Заголовок в поиске
- URL
- Теги заголовка
- Текст описания



Сайты на скриншоте имеют высокий траст. Это означает, что это качественные ресурсы, хорошо оптимизированные для поисковых систем. Можно потратить много времени, конкурируя с этими сайтами, если пытаться продвигать сайт, используя те же ключевые запросы. При этом отдача от вложенных усилий будет невелика.

Как поступить и как найти возможности для себя?

### Не пропустите этот шаг!

Проверьте, насколько хорошо оптимизирован контент сайтов на первых 10 страницах для выбранного целевого ключевого слова в результатах поисковой выдачи.

Следующие пункты подскажут решение:

- Длина содержимого
- Использование изображений, видео, инфографики, gif
- Плотность ключевых слов
- Тип контента (список сообщений, экспертный обзор, интервью, тематическое исследование, инструкции и т. д.)
- Насколько актуальным является содержание
- [Оптимизация социальных сетей](#)

Например, после анализа поисковых запросов можно обнаружить, что сайты из топа имеют **поверхностные, короткие статьи или отсутствие изображений и видео.**

Учитывая это при создании контента для сайта, можно обойти конкурентов. В результате вы получите:

- Высокий потенциал для увеличения трафика
- Устойчивость сайта для конкуренции
- Доминировать в выбранной информационной нише
- Отличное позиционирование информации для выбранной целевой аудитории

Преимущество приведенного выше способа анализа — простота и отсутствие оплаты.

Для более детального изучения поисковых запросов есть популярный **сервис Semrush**. Даже в бесплатной версии с ограниченным функционалом он позволяет получить тонны информации.



## [Как использовать отчет Интересы в Google Analytics](#)

Опубликовано: 2 октября, 2019

Поделиться [Facebook](#) [Twitter](#) [Pinterest](#) [LinkedIn](#) Отчет Интересы в Google Analytics включает три подраздела: сегменты аудитории по интересам; сегменты аудитории, присутствующей на рынке; другие категории. Что означают сегменты аудитории по интересам?[Continue reading](#)

[нет комментариев](#)



## [Как составить портрет покупателя с Google Analytics](#)

Опубликовано: 29 апреля, 2020

Портрет покупателя позволит сузить направленность рекламы, сделать ее точнее, эффективнее и дешевле. Когда продвижение коммерческого предложения происходит естественным образом без финансовых затрат, приведенный ниже алгоритм покажет характерные черты посетителя сайта, [Continue reading](#)

[нет комментариев](#)