

Поделиться



[Facebook](#)



[Twitter](#)



[Pinterest](#)



[LinkedIn](#)

Есть только один критерий продающих статей, публикаций, постов или коммерческих предложений, который определяет эффективность продвижения — он должен быть лучшим по этой теме. Как определяет ценность контента Google?

Это должен быть наиболее релевантный (отвечающий теме) полный контент для определенного поискового запроса.

Что люди хотят найти?

Лучший и наиболее соответствующий контент для решения своей проблемы или ответа на вопрос.

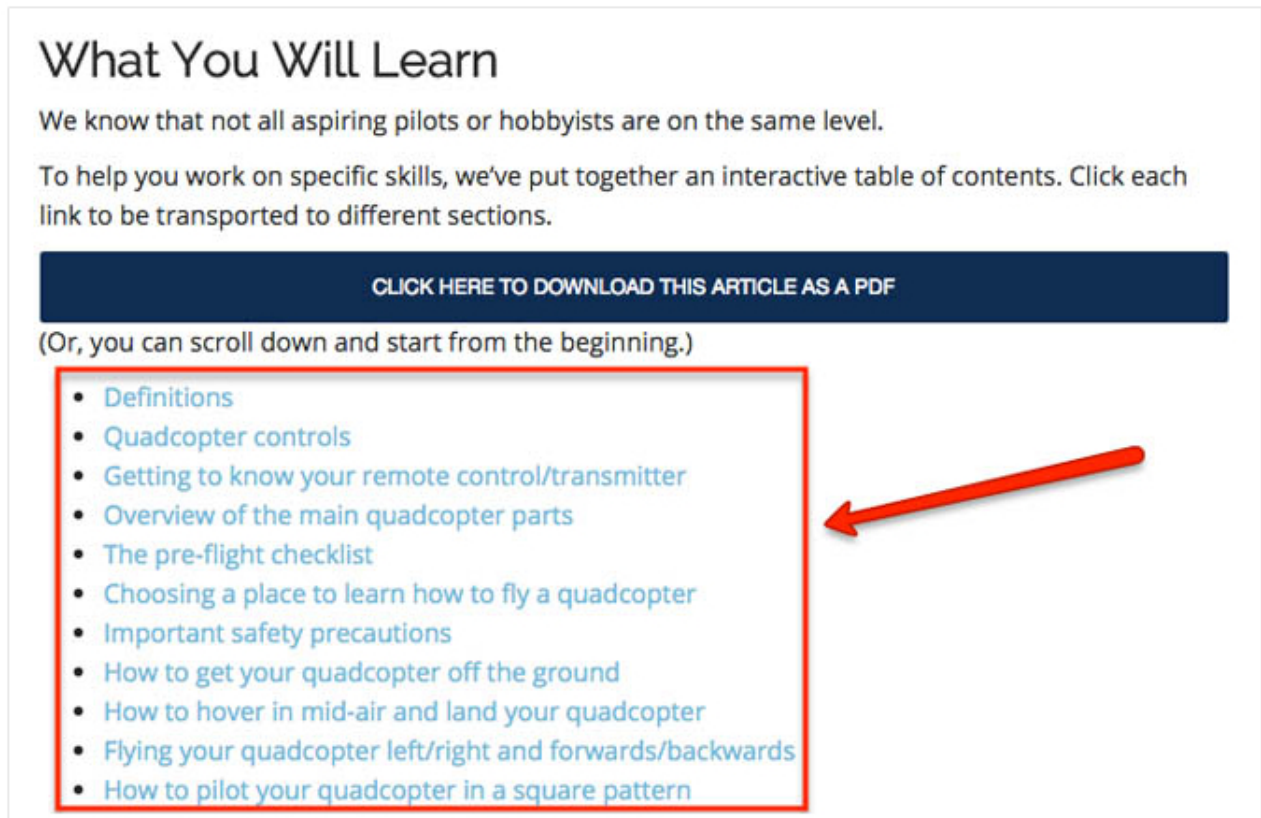
Хороший контент облегчает продвижение сайта, товара, услуги и ускоряет количество ресурсов, ссылающихся на публикацию.

Создание компетентной и ценной, с точки зрения, деталей статьи требует времени. Нужно найти материал, обработать его, написать текст, найти изображения и [отредактировать](#). Не стоит строить больших надежд на копирайтеров-фрилансеров. Как правило, материалы, купленные на биржах статей чрезвычайно поверхностны, имеют ошибки и требуют доработки.

Как должна выглядеть публикация, которая будет притягивать посетителей на сайт? Идеальный пример приведен ниже.

1. Когда вы размещаете пост с продвигаемым материалом, полезно предлагать скачать материал в виде [файла PDF](#), как это показано на скриншоте внизу. Помимо этого, самое главное, подзаголовки статьи нужно вывести в ее начале внутри содержания со ссылками, которые поисковые системы будут выводить при

запросе.



Такое оформление выделит вашу статью среди других и увеличит количество кликов-конверсий (это является одним из параметров ранжирования контента в алгоритме Google).

2. Перед написанием статьи, нужно найти материалы конкурентов и проанализировать их. Нужно отметить, чего в них недостает — изображений, видео, деталей, инфографики и т.д. и учесть это при создании текста.

3. Размер хорошей информационной статьи — 3000-5000 тысяч слов.

4. Ваш контент должен выигрывать, за счет:

- обилия деталей и подробностей;
- быть более современной на данный момент;
- обеспечение лучшего пользовательского интерфейса — переходы к частям

материала по ссылкам, например;

- объем, дополнительная информация, дизайн.

Что ещё нужно сделать, чтобы, как можно людей прочитали статью? Необходимо публиковать материал в социальных сетях с помощью плагинов и приложений автопостинга, использовать «умные» ссылки, специальные инструменты для продвижения, привлекать комментаторов, использовать сервисы ответов, такие, как, например Ответы@Mail.Ru и еще несколько возможностей, о которых рассказано позже в следующем материале.

Если вы это сделали — следующим шагом будет оптимизация вашей страницы с материалом.