



А. Меркулов, К. Савохин

МОНЕТИЗАЦИЯ САЙТА

Секреты
больших денег
в Интернете



БЕСПЛАТНЫЙ видеокурс «Монетизация сайта»
СКИДКА на хостинг и продвижение сайта!

iБизнес

Андрей Меркулов

**Монетизация сайта. Секреты
больших денег в Интернете**

«Питер»

2013

Меркулов А. Г.

Монетизация сайта. Секреты больших денег в Интернете /
А. Г. Меркулов — «Питер», 2013 — (iБизнес)

Перед вами пошаговая инструкция для собственников бизнеса, которые хотят увеличить свои продажи в Интернете, а также для специалистов, занимающихся управлением проектов по созданию веб-сайта компании. Книга позволит читателям, не имея специальных знаний, создать очередь клиентов на своем интернет-сайте. Ее структура повторяет алгоритм, по которому авторы создают успешные интернет-проекты – продающие, посещаемые и наполненные качественной информацией. Если последовательно проработать информацию из каждой главы, как советуют авторы, можно увеличить прибыль своего бизнеса в несколько раз! К книге прилагается бесплатный видеокурс, состоящий из 6 уроков по основным аспектам издания. Посмотреть курс можно по ссылке, размещенной на обложке и в конце книги. Также в качестве подарка каждому читателю предоставляется скидка на хостинг и продвижение сайта от партнеров.

© Меркулов А. Г., 2013
© Питер, 2013

Содержание

Введение	5
Пошаговый алгоритм построения очереди клиентов из Интернета	6
Шесть ответов на вопрос: «Чем полезна эта книга?»	7
Глава 1. Десять ошибок, которые парализуют продажи	9
Элементы, отвечающие за монетизацию бизнес-сайта	10
Ошибка 1. Не создавать свой сайт в Интернете	13
Ошибка 2. Переплачивать за свое присутствие в Сети или использовать примитивные урезанные решения	14
Ошибка 3. Поручать создание сайта студенту	15
Ошибка 4. Не проводить интернет-анализ конкурентов, до того как создать сайт и запустить рекламу	17
Конец ознакомительного фрагмента.	18

Андрей Меркулов, Константин Савохин

Монетизация сайта. Секреты больших денег в Интернете

Введение

Книга «Монетизация сайта. Секреты больших денег в Интернете» – это пошаговая инструкция, которая позволит вам, даже не имея специальных знаний, создать стабильный поток покупателей на своем веб-сайте.

Большинство из приведенных в ней примеров – это примеры из нашего горького опыта, а также истории, с которыми к нам приходили клиенты, обманутые горе-рекламщиками и домо-рошенными сайтостроителями.

Структура книги повторяет алгоритм, по которому происходит **создание посещаемого и продающего интернет-сайта, наполненного интересной и полезной информацией.**

Прочитав эту книгу, вы поймете:

- ✓ как можно избежать ошибок, которые допускает практически каждый владелец бизнеса, открывая свой сайт в Интернете;
- ✓ как определить потенциал вашего бизнеса и количество потенциальных клиентов в Интернете;
- ✓ как разработать структуру продающего сайта и наполнить его интересной информацией;
- ✓ как привлечь больше посетителей на сайт, используя самые современные каналы интернет-рекламы.

Книга адресована руководителям, менеджерам организаций, маркетологам и всем тем, кто так или иначе связан с поиском новых каналов развития своей компании.

Пошаговый алгоритм построения очереди клиентов из Интернета

Для того чтобы получить регулярный поток клиентов из Интернета, необходимо выполнить следующие шаги (каждый из которых подробно описан в книге):

1. Подготовьте свой бизнес к продвижению в Интернете.

- Составьте портрет покупателя, список его желаний, проблем и страхов.
- Составьте список запросов, которые вводят ваши потенциальные клиенты в Интернете.
- Определите, что должен сделать посетитель на вашем сайте, перед тем как он уйдет (позвонить, добавить товар в корзину, заполнить анкету, заполнить форму опроса и т. д.).
- Выберите одну из двух стратегий продаж на сайте.
- Проанализируйте нишу и конкурентов, которые уже предлагают свои услуги в Интернете по вашим ключевым запросам.
- Определите, какие товары и в какой последовательности вы планируете продавать на сайте.
- Определите бюджет, сроки и вариант продвижения сайта, а также составьте список продвигаемых запросов.

1. Создайте продающий сайт, если у вас его еще нет.

2. Наполните сайт информацией по принципу: регулярно и интересно для людей.

3. Запустите рекламную кампанию в системах контекстной рекламы Google Adwords и Яндекс. Директ, которые позволят быстро создать поток потенциальных клиентов.

1. Подключите бесплатные системы аналитики для вашего сайта: Google Analytics и Яндекс. Метрика.

1. **Оптимизируйте сайт для поискового продвижения** и запустите второй канал рекламы, нацеленный на генерацию бесплатного трафика с поисковых систем.

2. **Запустите рекламу в социальных сетях**, разместите баннеры, подключите партнеров, используйте тизерную рекламу и регулярно выделяйте не менее 10 % от рекламного бюджета на эксперименты.

Наши специалисты (webturbina.ru), работая по этой схеме в ускоренном режиме, могут развернуть продающий сайт всего за 1 неделю, в конце которой уже начинают поступать первые звонки и заказы от клиентов.

Работая в обычном режиме, в течение месяца вы получите продающий сайт и начнете привлекать посетителей, используя каналы рекламы с моментальным откликом (контекстная реклама в поисковых системах, СРА, реклама в социальных сетях и т. д.).

В течение трех месяцев сайт выйдет на оптимальную мощность по количеству посетителей, а также по числу подключенных функций на продающем сайте.

Шесть ответов на вопрос: «Чем полезна эта книга?»

Прежде чем вы начнете читать эту книгу, хотим пояснить, что она создана на основе тренингов и семинаров проекта webturbina.ru, которые уже прошли сотни (!) наших клиентов.

Многие из них даже не подозревали о тех методах, которые можно использовать при работе с продажами на сайте. Поэтому просто прочитайте отзывы наших клиентов, которые уже использовали описанную в этой книге методику на практике:

Уже сэконобил 14 000 рублей!

Раньше я просто платил программистам за создание сайта, это стоило порядка 3–5 тысяч. Сайты были, но не работали.

Прodelав задания только из первых двух уроков, я понял, насколько переплачиваю.

Как только выложусь в Сети, никому уже продвижение не доверю. За 3 месяца сэконоблю примерно 10 000 или 36 000 руб. Уже сэконобил 14 000 руб. Еще раз большое спасибо!

По окончании тренинга я поняла, что ничего не знала об интернет-бизнесе

Мне очень понравился тренинг по продвижению сайта. И хотя я еще не сделала свой сайт, но полностью уверена, что без той информации, которую вы предоставили, самостоятельное продвижение сайта, особенно такому «новичку», как я, просто не дало бы никаких результатов, кроме потраченного напрасно времени и выброшенных на ветер денег.

Сейчас на сайтах все переделываю. Все оказалось и проще, и сложнее

У меня уже было 2 собственных сайта, поэтому самыми полезными для меня оказались 3-е и 4-е занятия.

Сейчас на сайтах все переделываю. Все оказалось и проще, и сложнее.

Спасибо за тренинг, с удовольствием буду участвовать в других проектах, все очень понятно и доступно объясняете.

Друзья не могут поверить, что я сама за это взялась и бросать не собираюсь!

Константин, преогромное спасибо за тренинг! Теперь смогу сама довести сайт до ума, хоть я и непродвинутый пользователь ПК.

Конечно, надо будет все еще раз прослушать, просмотреть, но теперь мне уже не кажется нереальным самостоятельное создание, настройка и заполнение сайта.

Друзья не могут поверить, что я сама за это взялась и бросать не собираюсь! Так что еще раз спасибо!

После полученных на тренинге знаний появилось много вопросов к первому сайту и его создателям

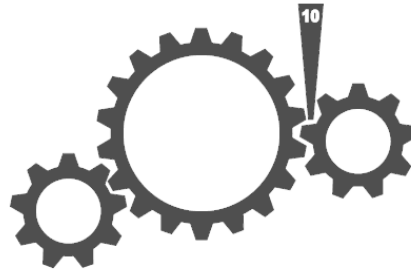
Теперь у нас есть два сайта: первый – заказывали, второй – доделываем сами. Как оказалось, после полученных на тренинге знаний появилось много вопросов к первому сайту и его создателям. Со вторым таких ошибок, я думаю, не будет. Спасибо за насыщенный вебинар.

Появилась уверенность в том, что для создания сайта не обязательно искать программистов

Константин, спасибо за предоставленный материал. Благодаря нему у меня появилась уверенность в том, что для создания сайта не

обязательно искать программистов, а нужно разобраться в терминологии и попрактиковаться в вордпрессе. С пожеланием успехов.

Глава 1. Десять ошибок, которые парализуют продажи в Интернете



Прежде чем перейти к рассмотрению основных ошибок, которые возникают у предпринимателей, пытающихся создать свое представительство в Сети, мы разберем те элементы, которые отвечают за монетизацию бизнес-сайта.

Именно в неправильном отношении к этому фактору и кроются основные промахи руководителей, реализующих свой бизнес в Сети.

Элементы, отвечающие за монетизацию бизнес-сайта

За эффективность сайта отвечают 10 элементов, которые представляют собой некую пирамиду, при правильном построении которой вы можете повысить приток клиентов в Интернете в несколько раз.

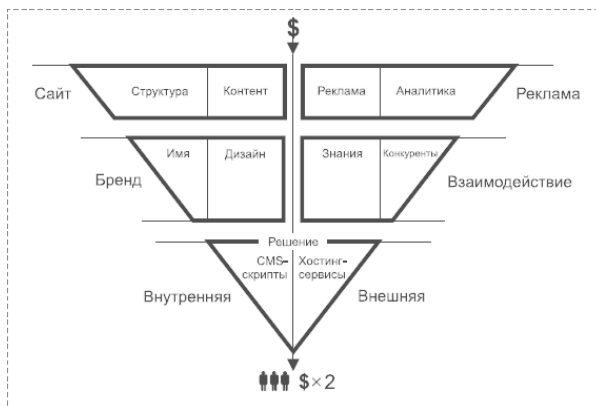


Рис. 1

Пирамида монетизации бизнес-сайта

В пирамиде существует 2 категории факторов, которые влияют на продажи в Интернете, – внутренние и внешние.

Один из важнейших уровней, на котором держится вся пирамида, – это решение для вашего сайта. Именно относительно этого звена строится вся дальнейшая работа по построению эффективного интернет-представительства.

Внутренние факторы

1. Внутреннее решение. Сюда относятся:

- **Выбор CMS** – системы управления сайтом. Это тот фактор, от которого будет зависеть, насколько эффективно будет функционировать ваш проект.
- **Скрипты**, которые устанавливаются на ваш веб-сервер и также влияют на продажи и на функционирование вашего сайта.

2. Содержимое сайта. Многие не обращают внимания на эту и другие ступени пирамиды, считая, что для успеха достаточно лишь наличия самого сайта. К сожалению, такие клиенты приходят к нам уже с «мертвыми» сайтами, которые приходится переделывать заново. Эффективность сайта оценивается двумя категориями:

♦ **Структура.** Структура сайта должна быть построена так, чтобы количество продаж на нем стремилось к максимуму. В данном случае необходимо учитывать базовые вещи, которые будут влиять на эффективность работы вашего сайта.

Структура – это очень важный фактор, так как неправильное построение сайта является причиной, по которой многие интернет-представительства не могут выйти на нормальный уровень продаж.

Очень часто при посещении того или иного сайта бывает непонятно, куда ты попал и какие действия необходимо совершить, чтобы получить нужную информацию.

♦ **Контент.** Наполнение сайта – это не менее важный фактор, от которого будет зависеть его рейтинг.

Почему-то многие владельцы сайтов вкладывают практически все деньги в дизайн, но они совершенно забывают о том, что большое влияние на продажи оказывает не только дизайн, но и информация, которая размещается на сайте.

3. Бренд. Это тот элемент фирменного стиля, который маленькие представительства не считают значимым, а крупные компании уделяют этому моменту слишком много внимания, совершенно не заботясь об остальных факторах.

На этом уровне пирамиды решающими звеньями при создании сайта являются:

♦ **Имя**, которое вы регистрируете для своего проекта в Интернете. Половина проектов, которые создаются руководителями, обречены на провал уже на старте, так как предприниматели регистрируют незапоминающееся название сайта.

В нашей практике был случай, когда, обращаясь к нам по вопросу продвижения сайта, клиент сам забыл его название и попросил, чтобы мы напомнили ему его.

Но если вы сами не можете запомнить, как называется ваш сайт, то как запомнят эту информацию посетители?

♦ **Дизайн.** Это также важный элемент вашего сайта, так как при выборе дизайнерского решения, которое уже используется в десятках интернет-проектов, ваше представительство обречено стать еще одним клоном, который точно не будет иметь успеха.

По этой причине имя и дизайн вашего сайта должны быть яркими и запоминающимися, иначе клиенты вас просто не заметят.

Внешние факторы

1. Внешнее решение. Относительно теории пирамиды к внешнему решению относятся:

♦ **Выбор хостинга**, на котором будет располагаться ваш сайт. Далее мы рассмотрим, можно ли пользоваться бесплатным хостингом и какое решение подойдет непосредственно в вашей ситуации.

Фактически если вы совершаете ошибку на данном этапе, то работа над остальными ступенями пирамиды может оказаться бесполезной.

♦ **Выбор сервисов для сайта.** К примеру, сервисы рассылок, интернет-магазинов, приема платежей, IP-телефонии и т. д., от качества которых тоже зависит эффективность интернет-представительства.

2. Взаимодействие. Этот уровень пирамиды определяет то, как ваши сайт и бизнес-проект взаимодействуют с внешним миром.

К этому уровню относится 2 фактора, которые тесно связаны между собой:

♦ **Ваши конкуренты.** В данном случае необходимо понимать, что часть внешних факторов вы можете контролировать, а часть нет.

Ваши конкуренты будут развиваться независимо от вашего желания. Они будут вкладывать деньги в рекламу, нанимать лучших специалистов, работать над брендом и т. д.

Такие вещи необходимо отслеживать и моделировать эффективные решения у лучших, в этом кроется один из основных залогов эффективности вашего сайта.

♦ **Знания.** Если у вас не будет необходимых знаний и вы не будете знать, какие сайты моделировать, а будете просто копировать внешнюю оболочку понравившихся интернет-проектов, без понимания их внутренней структуры, то успех будет для вас недостижим.

В принципе, все факторы, образующие пирамиду, опираются на знания, которые вы должны получать извне.

Поэтому вам необходимо регулярно отслеживать информацию о том, как продвигать сайт, какие решения и сервисы появились на рынке и т. д. Все эти вещи необходимо анализировать и постепенно внедрять в свой бизнес, так как именно от качества вашей работы будет зависеть эффективность ваших инвестиций в сайт.

Таким образом, знания помогут вам получать уже проверенные решения для бизнеса, а не быть первопроходцем и не учиться на собственных ошибках.

3. Реклама. Реклама проекта и его продвижение в поисковых системах – это ключевой фактор, от которого зависит количество клиентов на вашем сайте, а следовательно, и прибыльность вашего бизнеса.

Для того чтобы ваш сайт был посещаемым, необходимо использовать лучшие каналы интернет-рекламы, в частности контекстную рекламу и поисковую оптимизацию. В противном случае ваши конкуренты, постоянно увеличивающие инвестиции в маркетинг, могут заставить выйти вас из игры.

♦ И еще один важный фактор, на который многие владельцы сайтов не обращают внимания, – это **аналитика**.

Аналитика позволяет понять, насколько эффективно вы работаете по каждому уровню пирамиды. Таким образом, вы не просто вкладываете деньги в «черный ящик», при этом не понимая, какие из ваших действий приносят результат, а какие нет, а осознанно работаете с каждым звеном: с рекламой, контентом, структурой сайта и т. д.

В последующих главах мы рассмотрим основные ошибки предпринимателей, парализующие продажи на сайте, которые напрямую связаны с каждым из уровней пирамиды. А самое главное, представим способы решения основных проблем, которые могут возникнуть на пути к развитию вашего интернет-представительства.

Ошибка 1. Не создавать свой сайт в Интернете

Если ваш бизнес существует достаточно давно, но сайта в Интернете у вас нет, значит, вы теряете огромное количество потенциальных покупателей. В нашей схеме быстрого запуска бизнеса сайту отводится одно из ключевых мест.

Когда мы решаем запускать новый бизнес-проект, мы сразу создаем под него сайт.

Кроме того, Интернет является отличным источником:

1. Для первоначальной дешевой аналитики бизнес-ниши (конкуренция, цены, товарные предложения).

2. Для анализа аудитории покупателей и их потребностей.

Все дело в том, что это самый быстрый способ привлечь клиентов и он гарантированно дешевле, чем все традиционные способы рекламы!

Если вы ориентируетесь на постоянных клиентов, которые ринутся к вам благодаря «сарафанному радио», то быстрых результатов не ждите. Если рассчитывать только на них, то бизнес быстрее закроется, чем станет развиваться без рекламы, только за счет рекомендаций.

На то, чтобы наработать клиентскую базу, уйдет достаточно много времени. Причем здесь есть крайне важный момент: вы, а точнее ваши сотрудники, должны предлагать действительно качественные услуги, иначе «сарафанное радио» не будет работать!

Что делать, если у вас бизнес расположен в регионе, а не в Москве?

Сейчас очень просто создать и продвинуть свой сайт в региональной выдаче поисковых систем Yandex/Google, и этот метод необходимо использовать, так как в ближайшем будущем нас ждет бум региональных интернет-сайтов.

Ошибка 2. Переплачивать за свое присутствие в Сети или использовать примитивные урезанные решения

Многие платят за домен гораздо больше, чем он стоит на самом деле. Оптимальная цена оплаты за регистрацию – не более 150 руб. в год.

Подобные предложения несложно найти в Интернете. При поиске настоятельно рекомендуем ознакомиться с отзывами о компании-регистраторе, прежде чем приобретать домены.

Возможно, вы посчитаете эту проблему надуманной, но представьте, что у вас не 1 сайт, а, к примеру, 20, и все расходы автоматически увеличиваются в 20 раз.

Мы рекомендуем использовать для регистрации доменную зону ru, в особых случаях можно использовать зону рф, которая сейчас набирает популярность.

Если вы уверены, что у вас не будет клиентов с Запада и у всех пользователей вашего сайта русская раскладка, тогда смело регистрируйте сайт в зоне рф.

Противоположная проблема многих предпринимателей – **это желание сэкономить на тех вещах, на которых экономить категорически нельзя**. Распространенной ошибкой является размещение сайтов на бесплатном хостинге.

Самые популярные из бесплатных площадок для размещения сайтов – это www.narod.ru и www.ucoz.ru.

Бесплатные сервисы плохо работают, не позволяют использовать даже самые простые скрипты на сайте (прием оплаты, интернет-магазин, форма опроса), мы уже не говорим о более интересных вещах, таких как возможность интеграции с сервисом учета звонков и CRM (система управления взаимоотношениями с клиентами).

Даже если у вас простая персональная страничка, мы бы не стали делать выбор в пользу бесплатного хостинга, лучше подобрать недорогой вариант за 150 руб. в месяц.

Стоит учесть, что на бесплатных площадках часто создаются сайты низкого качества, используются «черные» поисковые технологии, доверие поисковых систем и посетителей в целом к бесплатным хостингам и сайтам, размещенным на них, невысоко.

Еще одной ошибкой является **получение доменного имени в подарок при покупке хостинга**. Мы рекомендуем самостоятельно регистрировать домен на свое имя. Все дело в том, что, когда вы решите перенести свой сайт на другую площадку, вы столкнетесь с проблемами при переносе сайта и рискуете потерять раскрученное доменное имя.

Если вы не готовы вкладывать средства в развитие своего интернет-представительства даже в небольших объемах, то говорить о серьезном присутствии в Интернете пока рано.

Итак, подведем итоги:

1. Лучше всего регистрировать доменное имя на себя и отдельно от приобретения услуг хостинга.
2. Желательно использовать надежный платный хостинг с высоким показателем uptime (время бесперебойной работы).
3. Не стоит доверять дешевым «поделкам» студентов и создавать сайты на базе систем управления контентом типа Wordpress, Drupal, Joomla и др.

Ошибка 3. Поручать создание сайта студенту

Если вы поручили создание сайта специалисту, для которого создание сайта – это хобби, то ждите БЕДЫ!

Самой распространенной проблемой является то, что ваш дешевый специалист работает за идею. Ему интересно протестировать Flash, Java и еще ряд модных технологий, которые хотя и смотрятся красиво, но абсолютно непригодны для привлечения посетителей через Интернет. Если у вас работает такой сотрудник, то вам придется забыть о многих вещах.

Если вы рассчитываете привлекать клиентов с помощью сайта, созданного непрофессионалом, то забудьте об этом!

Очень часто в результате сотрудничества с программистом, плохо разбирающимся в интернет-технологиях, вы получаете нестандартный дизайн, который понятен только самому исполнителю. Во имя дизайна приносятся в жертву такие вещи, как удобство использования (юзабилити), функциональность сайта и т. д.

Для вашего исполнителя сайт – это набор страниц, размещенных на сервере, а для вас – это инвестиция, от которой вы ожидаете получить нескончаемый поток клиентов. Кругом полно разочарованных «киберинвесторов», которые потеряли деньги в результате подобного сотрудничества!

Хотите, чтобы ваш сайт находили пользователи поисковых систем Yandex и Google? Забудьте об этом!

Естественное желание любого предпринимателя, который выводит свой бизнес в Сеть, – это разместить на сайте информацию, скопированную с других источников.

Скорее всего, ваш горе-исполнитель даже не предупредит вас о том, что неуникальные тексты на сайте – это одна из главных причин, по которой к вам никогда(!) не придут клиенты с поисковых систем.

Нам очень хотелось выделить слово «никогда», так как это действительно так, а способов решить вопрос с уникальным наполнением сайта, даже не обладая талантом писателя, великое множество.

Хотите добавить на сайт форму обратной связи или интернет-магазин? Забудьте об этом!

Если вы решите добавить на сайт, к примеру, калькулятор для расчета стоимости продукции, или форму обратной связи, или даже интернет-магазин. В таком случае вам придется доплатить за доработку сайта. К тому времени у вашего исполнителя уже пропадет интерес к своему творению, и чтобы пересилить свою лень, он, естественно, потребует больше денег за свои услуги.

Других желающих доработать ваш сайт придется поискать, так как мало кому захочется разбираться в чужом коде, а, как правило, новички, которые знакомы с основами web-программирования, но не знают интернет-технологий, пишут сайты с нуля и совсем не используют общепринятые системы управления контентом (CMS Drupal, Wordpress, Joomla и др.).

Хотите изменить прайс-лист или добавить новый телефон в разделе контакты? Забудьте об этом!

Еще одной традиционной проблемой дешевых сайтов является сложность внесения информации. Для того чтобы разместить новую статью или внести исправления в существующую

ющую, необходимо либо обладать знаниями языка разметки html, либо платить каждый раз, когда вам захочется внести изменения.

Сайт – это часть вашего бизнеса, и он должен регулярно развиваться и обновляться. Сайты, которые не обновляются, не интересны поисковым системам.

Необновляемые сайты выкидываются из поисковой выдачи в первую очередь!

Разберем подобные ошибки на примере сайта частного детского сада www.happydeti.com.

Какие ошибки видны сразу:

в названии домена используется комбинация из русского и английского слов;

домен зарегистрирован в доменной зоне. com, что тоже не очень хорошо для русскоязычных сайтов, так как усложняет продвижение.

Но главная проблема этого сайта в том, что его нет ни в одной поисковой системе даже по точному названию компании «Счастливые дети Липецк».

Как, по-вашему, этот сайт найдут мамы и папы, которые решили отдать своего ребенка в садик?

Программист, который создавал сайт, использовал flash-технология, которая не учитывается поисковыми системами.

На сайте используются заимствованные статьи, что также мешает нормальному нахождению в поисковых системах.

Плюс к этому существуют проблемы с навигацией и дизайном, из-за того что используется собственная разработка «молодого гения», а не, одна из систем управления контентом (CMS), проверенная годами.

Для того чтобы быть уверенным в том, что ваш сайт готов для продвижения в Интернете и не содержит классических ошибок, закажите технический SEO-аудит сайта.

Опытный специалист достаточно быстро и недорого выявит возможные проблемы и подготовит задание на внесение исправлений для вашего программиста.

Если у вас уже есть свой сайт, но вы недовольны тем, сколько денег он приносит, вы можете заказать аудит вашего сайта в нашей компании webturbina.ru.

Для этого отметьте один или несколько видов аудита, которые вас интересуют:

- 1. Аудит бизнеса для продвижения в Интернете** (анализ сроков и стоимости продвижения, портрет покупателя, лестница продуктов).
- 2. Аудит продающих способностей сайта.** Конкретные рекомендации по увеличению конверсии и продаж на существующем сайте без изменения расходов на рекламу.
- 3. Технический и SEO-аудит готовности сайта** для продвижения методом поисковой оптимизации.

Отправьте заявку на audit@webturbina.ru, в которой укажите адрес вашего сайта, ваш контактный телефон для связи, регион продвижения, а также любую другую информацию, которую считаете нужной (семантическое ядро, бюджет на продвижение, ваши вопросы и т. д.).

Ошибка 4. Не проводить интернет-анализ конкурентов, до того как создать сайт и запустить рекламу

Часто рекламу сайта начинают без какого-либо анализа ниши и конкурентов в Интернете. Этим часто грешат не только предприниматели, но и специалисты по продвижению.

Обычно у предпринимателя нет определенного срока продвижения, нет определенной маркетинговой стратегии и ему приходится переплачивать за ненужные слова и недоплачивать за важные, которые могли бы привести клиентов.

Допустим, вы выделяете деньги на интернет-продвижение исходя из ваших возможностей, а не от реальной необходимости. К примеру, вы вкладываете в аренду ссылок ежемесячно, скажем, 5000 руб.

Если большинство ваших конкурентов имеют более прочные позиции, которые вы не оценили заранее, то ваш сайт так и останется на вторых страницах из-за недостаточного бюджета.

Текст для продвижения необходимо выбирать не только исходя из вашего желания, но и в зависимости от возможностей вашего бюджета.

Необходимо точно оценивать свои силы, сроки и бюджет. А сделать это можно, только оценив сайты конкурентов и проведя анализ своей ниши!

Самый простой способ проанализировать конкурентов

Компании, которые профессионально занимаются интернетпродвижением, знают, насколько важно правильно подобрать текст рекламы и оценить по нему конкуренцию.

В простейшем виде вы берете свое ключевое слово, которое подобрали для продвижения через сервис www.wordstat.yandex.ru, и вбиваете его в поисковую систему. А далее смотрите, какие сайты появляются в выдаче.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.