

Хакеры с барсетками

Пошаговое руководство
по созданию очереди
клиентов из интернета



Андрей Меркулов
Константин Савохин



WebTurbina.ru
двигатель интернет-рекламы

Константин Савохин
Андрей Георгиевич Меркулов
Хакеры с барсетками.
Пошаговая инструкция
по созданию очереди
клиентов из интернета

Текст предоставлен правообладателем

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=3952905

Хакеры с барсетками. Пошаговое руководство по созданию очереди клиентов из интернета: Гравис, Фабрика бизнеса; Липецк; 2012

Аннотация

Книга «хакеры с барсетками» – это пошаговая инструкция для собственников бизнеса, которые хотят увеличить свои продажи в интернете, а также для специалистов, занимающихся управлением проекта по созданию веб-сайта компании. Книга позволит вам, даже не имея специальных знаний, создать очередь клиентов на своем интернет-сайте. Большинство из приведенных в ней примеров – это примеры из нашего опыта, а так же истории, с которыми к нам приходили клиенты, обманутые горе-рекламщиками и доморощенными сайтостроителями. Структура книги повторяет алгоритм, по которому мы создаем

интернет-сайты, посещаемые, продающие и наполненные качественной информацией. Поэтому вы можете просто брать и последовательно прорабатывать информацию из каждой главы для своего бизнеса.

Содержание

Введение	5
Пошаговый алгоритм построения очереди клиентов из интернета	7
6 ответов на вопрос: «Чем полезна эта книга?»	9
Об авторах	12
10 ошибок, которые парализуют продажи в интернете	16
Не создавать свой сайт в интернете	17
Переплачивать за свое присутствие в сети или использовать примитивные урезанные решения	19
Поручать создание сайта студенту	22
Не проводить интернет-анализ конкурентов, до того как создать сайт и запустить рекламу	27
Неправильно выбирать фразы для продвижения сайта	30
Конец ознакомительного фрагмента.	33

Андрей Меркулов, Константин Савохин Хакеры с барсетками. Пошаговое руководство по созданию очереди клиентов из интернета

Введение

Книга «хакеры с барсетками» – 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 так же истории, с которыми к нам приходили клиенты, обманутые горе-рекламщиками и доморощенными сайтостроителями.

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

формацией.

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:

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 так же составьте список продвигаемых запросов.

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

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

4. Запустите рекламную кампанию в системах контекстной рекламы GoogleAdwords и Yandex-директ, которые позволят быстро создать поток потенциальных клиентов.

5. Подключите бесплатные системы аналитики для вашего сайта: GoogleAnalytics и Yandex-метрика.

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

7. 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 так же по числу подключенных функций на продающем сайте.

6 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 подразумевали, 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 сэкономил 14000 рублей!

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

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

Как только выложусь в сети, никому уже продвижение не доверю. За 3 месяца сэкономлю примерно 10 000 или 36 000 руб. Уже сэкономил 14000 руб. Еще раз большое спасибо!

Участник тренинга «Как самостоятельно сделать продающий сайт за 5 дней?»

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.

Марина, Москва, участник тренинга «Продвижение сайтов своими руками».

Сейчас на сайтах всё переделываю. Всё оказалось и проще и сложнее.

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

Сейчас на сайтах всё переделываю. Всё оказалось и проще и сложнее.

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

Участник тренинга «Как самостоятельно сделать продающий сайт за 5 дней?»

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

Константин, огромное 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!

Участник тренинга «Как самостоятельно сделать продающий сайт за 5 дней?»

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.

Участник тренинга «Как самостоятельно сделать продающий сайт за 5 дней?»

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

Константин, спасибо за предоставленный материал. Благодаря ему 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.

Участник тренинга «Как самостоятельно сделать продающий сайт за 5 дней?»

Об авторах

Андрей Меркулов



Основатель и управляющий партнер компании «Фаб-

рика Бизнеса» www.biznesfabrika.ru. издательства деловой литературы «Фабрика бизнеса», компаний «Гуру Опта» www.guruopta.ru. «WebTurbina» www.webturbina.ru. «Продавец Окон» (www.prodavecokon.ru).

Автор книг по бизнесу: «Монетизация бизнеса», «Удвоение продаж в оконном бизнесе».

Организатор региональной конференции «Прибыльный бизнес за МКАДом», ежегодной отраслевой конференции «Прибыльный оконный бизнес» г. Москва.

Автор более 40 тренингов и семинаров.

Действующий предприниматель, директор по маркетингу в компаниях «Экономика окон» (www.economikaokon.ru). «Окна Квадрат» (www.oknakvadrat.ru).

В прошлом и настоящем интернет-маркетолог, эксперт по быстрому запуску бизнеса и построению системы управления чужими руками.

ЗАПУСКАЮ БИЗНЕС В ТИРАЖ!

Константин Савохин



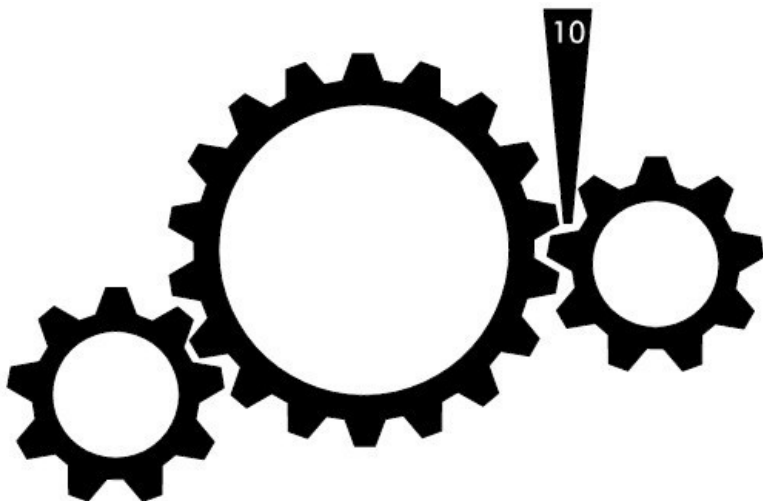
Специалист с многолетним опытом работы в области поисковой оптимизации и продвижению сайтов. Создатель нескольких интернет-проектов.

Руководитель проекта WebTurbina.ru. Ведущий семинаров, тренингов и коучинг-программ для руководителей по продвижению бизнеса в интернете.

А также регулярный спикер на бизнес-конференциях и автор статей и материалов по продвижению сайтов в интернете, публикуемых на сайтах prodavescokon.ru и webturbina.ru.

**ПРОДВИЖЕНИЕ С МИНИМАЛЬНОЙ СТОИМОСТЬЮ
И МАКСИМАЛЬНОЙ ВЫГОДОЙ!**

10 ошибок, которые парализуют продажи в интернете



В этом разделе мы подробно разберем основные ошибки предпринимателей, пытающихся создать свое представительство в сети. А так же дадим рекомендации, которые помогут справиться с уже существующими проблемами на сайте и избежать последующих.

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, т. к. в ближайшем будущем нас ждет бум региональных интернет-сайтов.

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 р. в год.

Подобные предложения не сложно найти в интернете в поиске, правда, 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 rf, 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 rf.

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

стинге.

Самые популярные из бесплатных площадок для размещения сайтов – это www.narod.ru, 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 взаимоотношений 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 рублей 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 не высоко.

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 итог:

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

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 при помощи сайта созданного непрофессионалом, то забудьте об этом!

Очень часто в результате сотрудничества с программистом, который плохо разбирается 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 не уникальные 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», т. к. 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 установит завышенный ценник на свои услуги.**

Других желающих доработать ваш сайт придется поискать, так как мало кому захочется разбираться в чужом ко-

де, 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, 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 слова.

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 потенциальные мамы и папы, которые решили отдать своего ребенка в садик?

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

На сайте используются заимствованные статьи, что так же 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 проверенная годами, одна из систем управления контентом (CMS).

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 недовольные 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.).

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 5 000 рублей.

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

Слова 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 интернет-продвижением знают, насколько важно правильно подобрать слова для рекламы и оценить по ним 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.

Какие показатели необходимо учитывать при анализе сайтов конкурентов?

Если вы используете в качестве браузера Firefox, то для него существует отличный бесплатный плагин **RDSBar**, который позволяет быстро оценить основные параметры сайта:

- Количество проиндексированных страниц сайта,
- показатели индекса цитирования в поисковой системе Яндекс,
- PR – рейтинг главной и внутренних страниц в Google,
- И еще целый ряд других параметров, по которым можно судить о конкурентности по выбранной вами фразе.

Так же полезно узнать количество внешних ссылок на сайтах конкурентов. Для этого можно использовать по-

исковую систему Yahoo.com, а так же ряд сервисов, которые позволяют оценивать не только количество ссылок, но и их примерную стоимость.

В результате оценки ссылочной массы сайтов конкурентов рассчитывается стоимость продвижения сайта по конкретному поисковому запросу.

Именно от стоимости и возможностей вашего бюджета будет зависеть приоритет в продвижении – какие запросы продвигать в первую очередь, а какие стоит отложить.

Сделайте это сейчас!

Чтобы быстро оценить конкурентность выдачи по выбранной ключевой фразе посмотрите на сайты, которые находятся на первой странице.

Если в поисковой выдаче отображены все главные страницы (то есть, нет внутренних страниц, нет страниц категорий и тегов), то выдача считается конкурентной, и молодому сайту лучше пока отказаться от продвижения по этому запросу.

Если есть ключевые слова в заголовке сайта, а так же в адресе домена или страницы, то запрос с большой долей вероятности будет тоже конкурентным.

Хотя в этом случае так удобнее выбирать запросы, по которым не ведется активного продвижения, а, следовательно, вам будет достаточно просто попасть на первую страницу результатов поиска.

Неправильно выбирать фразы для продвижения сайта

Люди ищут в интернете ответы на свои запросы, которые они вбивают в поисковых системах. Из огромного множества запросов вы выбираете те, по которым хотите, чтобы ваш сайт присутствовал в результатах поиска, а так же «крутился» в контекстной рекламе.

Список запросов, которые вы выбрали для продвижения, является семантическим ядром вашего сайта.

Семантическое ядро – это список тех слов, которые вводят пользователи в поисковых системах. Грубо говоря, это то, что люди ищут в интернете. Ваша задача – давать качественные ответы на их запросы!

Часто бывает так, что людям обращающимся в агентство, выдают распечатанные на бумаге запросы, в качестве коммерческого предложения для интернет-рекламы.

Напротив каждого слова написана частотность. Эти показатели часто завышаются, чтобы человеку было интереснее вкладывать деньги.

Доверять распечатке из рекламного агентства – это очень распространенная ошибка, так как большинство клиентов не в состоянии самостоятельно проверить информацию,

предложенную специалистом по интернет-рекламе.

Необходимо понимать, что не все переходы, к примеру, по данным поисковой системы Yandex будут вашими, так как среди них много:

- запросов от роботов, которые просматривают статистику по словам в автоматическом режиме;
- запросов в различных словоформах, которые Яндекс для удобства группирует в одну фразу;
- «накрученных запросов», среди которых вообще может не быть запросов от реальных людей;
- запросов с «минус-словами», такими как *халява, бесплатно и т. п.*

Как минимум, ваша задача научиться пользоваться сервисом www.wordstat.yandex.ru – сюда вы вбиваете свой запрос, и видите то, что ищут люди, а так же количество запросов за период, возможно и с разбивкой по регионам.

Выбирая фразы для продвижения, учитывайте словоформу!

Когда вы подберете семантическое ядро, важно точно учитывать словоформу. Например, люди могут вводить два разных запроса – «*продвижение сайта*» и «*продвижение сайтов*».

Это два разных запроса, и если вы подумаете, то поймете, что первый запрос, вероятно, вбивают люди, которые хотят продвинуть свой сайт, а второй – люди, которые хотят

научиться оптимизировать и продвигать сайты в интернете и на этом зарабатывать.

Частотность по этим фразам будет разная, но в обычном режиме сервис Wordstat объединяет эти слова в одно.

Для того, чтобы определить частотность по точной словоформе, необходимо вбить ключевую фразу в сервис wordstat.yandex.ru в кавычках. Соответственно в вашем семантическом ядре должны быть точные фразы.

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.