

Артур Латыпов

Руководитель SEO Интеллект и студии F1

Клиенты из интернета:
SEO для автодилеров,
как снизить стоимость лида в 3 раза

Спикер

Артур Латыпов, руководитель РА "SEO Интеллект".

- В SEO с 2005 года.
- Принимал участие в продвижении более 350 проектов.
- Спикер конференций, семинаров, лекций, таких как РИБ, СПИК, IBC Russia, SEO Moscow, Кибермаркетинг, МБМ, CMS Conf, SEO Conference, РИФ и КИБ, Optimization, BalticDigitalDays, Неделя Байнета, Настачку, День интернет рекламы и другие.
- Автор и ведущий курсов в Нетологии, Yagla и на «SEO-Kursy.com».

Спикер

**Данила Полиенко,
управляющий партнер "Пром Сталь Плюс".**

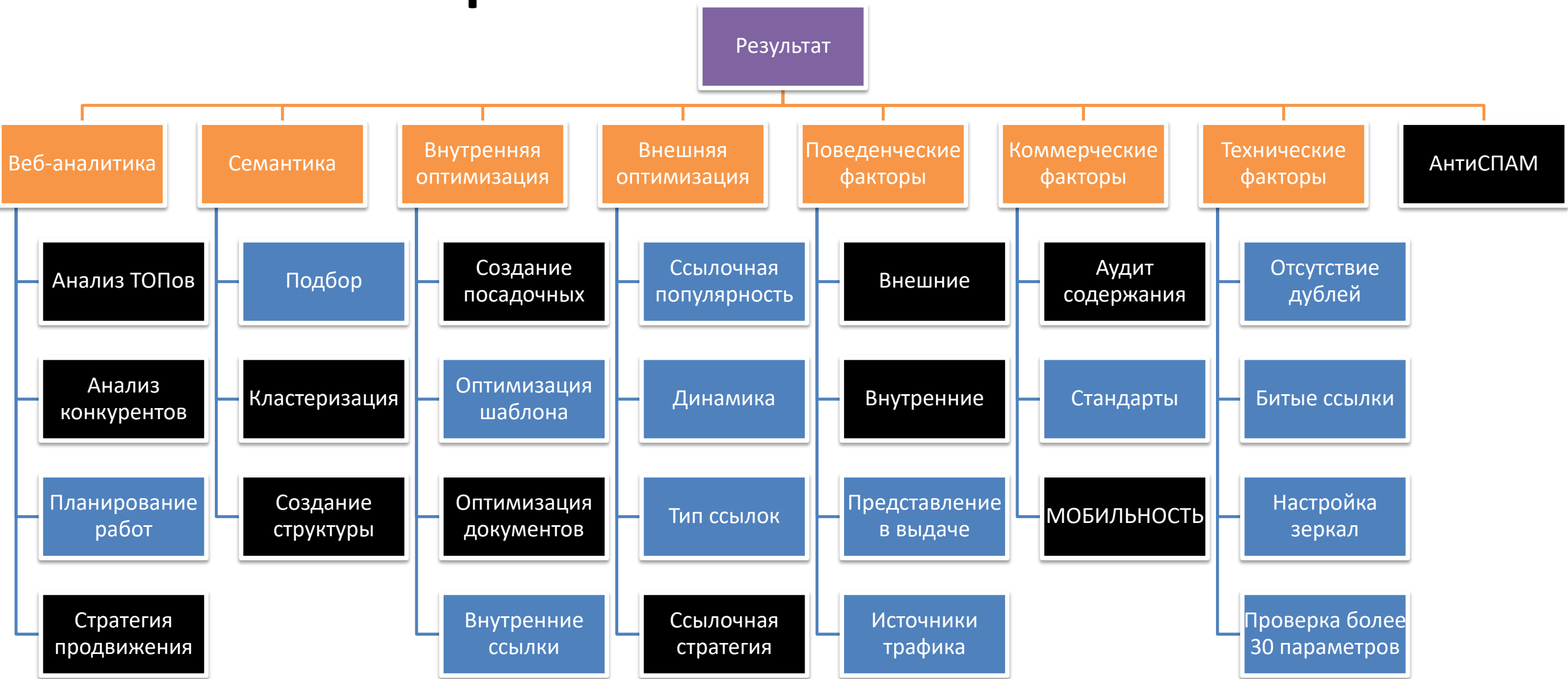


Тезисы:

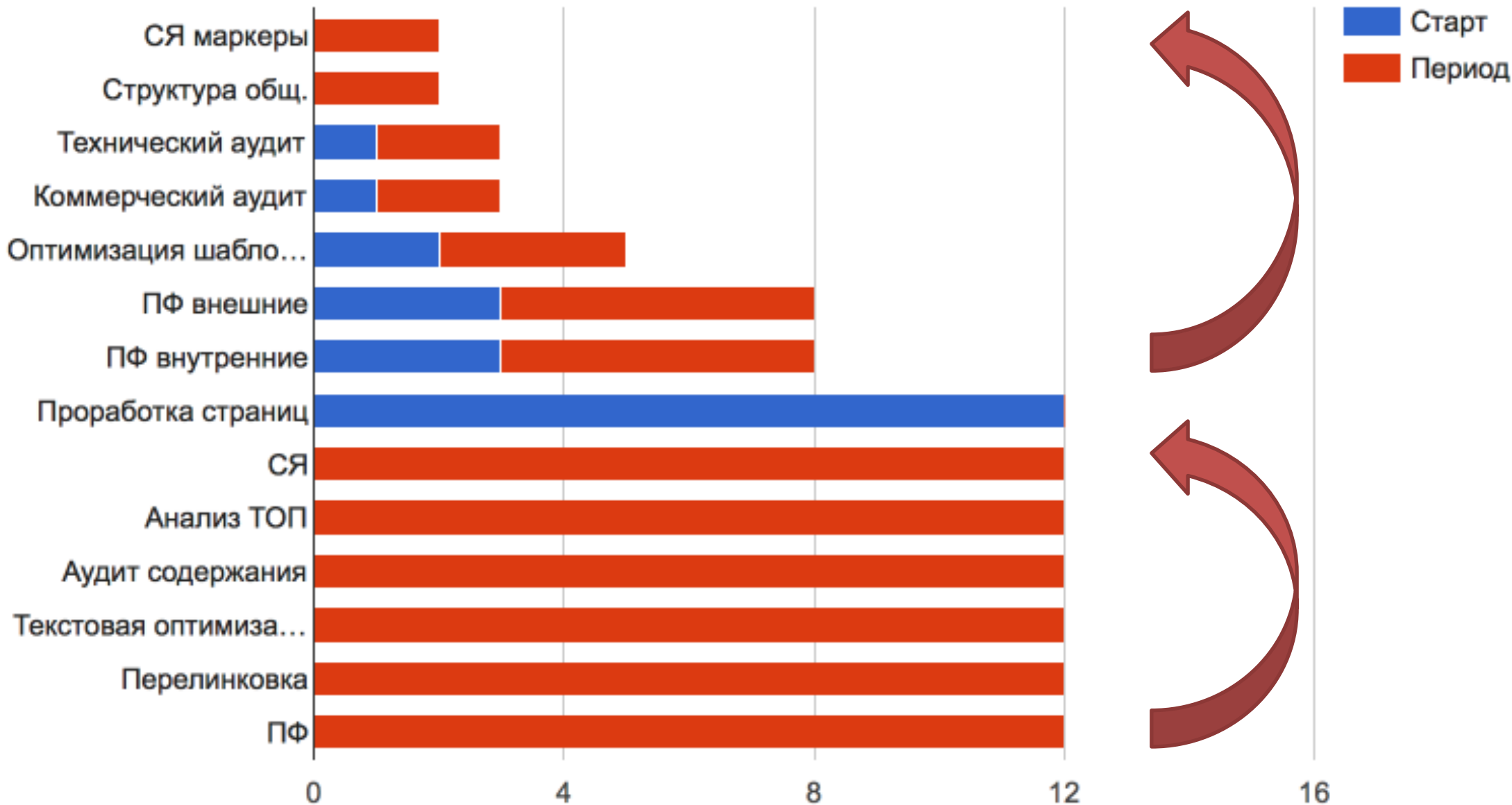
- Методы привлечения трафика
- Эффективные варианты решений основных проблем продвижения сайтов автодилеров
- Тематические особенности работы с контентом и содержанием проекта
- Кейсы 2021 г и методы масштабирования результата возможность масштабирования

Эффективный подход к SEO

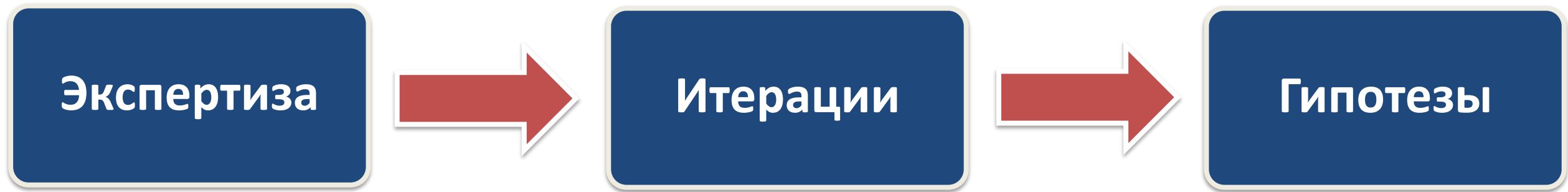
SEO – это экспертиза



Подход к этапам работ



Эффективное построение работ



- Четкий регламент работ
- Уверенные знания теории
- Поставленная механика работ
- Контроль внедрений и индексации
- Планирование итераций
- Увеличение сроков
- Нет результатов от работ
- Улучшение отработки
- Скорость внедрений
- Трактовка результатов



Общие запросы

- Детская коляска
- Детская коляска купить



Уточняющие запросы

- Розовая детская коляска для двойни
- Черная коляска для мальчика Феррари 3 в 1

Оценка спроса в интернете

детские коляски

☒ По словам ☐ По регионам ☐ История запросов

Что искали со словом «детские коляски» — 275 068 показов в месяц

Статистика по словам	Показов в месяц ?
детские коляски	275 068

Всего 275000+ показов по всем запросам с словами “детская” и “коляски”

Что искали со словом «"детские коляски"» — 12 727 показов в месяц

Статистика по словам	Показов в месяц ?
детские коляски	275 979

12727 раз ищут только фразу “детские коляски”

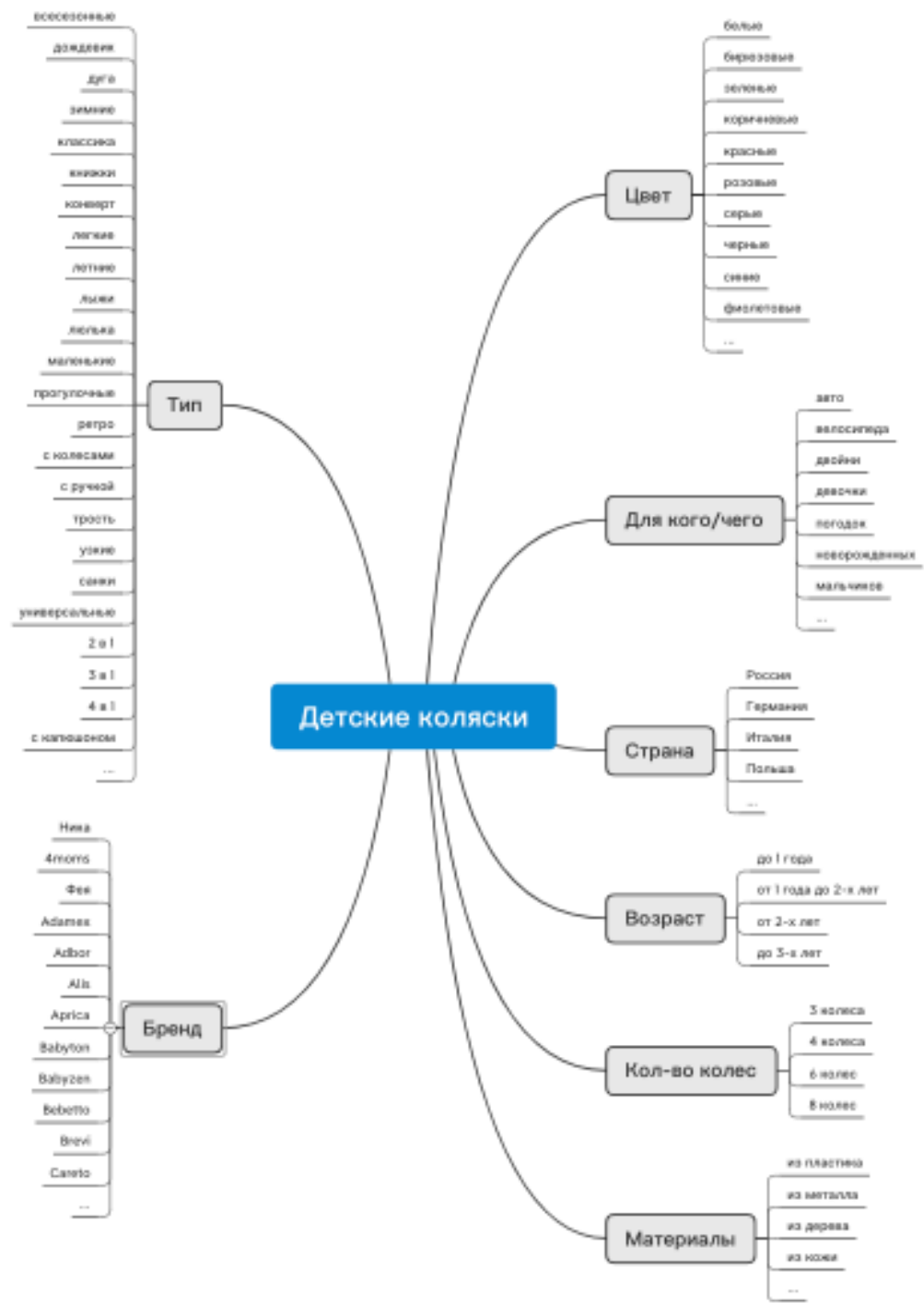
Менее 5% всех пользователей

*оценка спроса:

Яндекс — wordstat.yandex.ru (ссылка)

Google — ads.google.com/aw/keywordplanner/home (ссылка)

Структура сайта под спрос



Каждая запись – отдельная страница на сайте.
С услугами, порталами, информационными сайтами – аналогично.

Методы привлечения трафика

PR и массированная реклама формируют потребность и дают клиенту базовую информацию.

Контент-маркетинг дает возможность донести информацию о преимуществах и особенностях конкретных производителей и моделей.

Контекстная и таргетированная реклама догоняет клиента на этапах выбора и покупки, часто когда потребность уже сформирована.

SEO (поисковая оптимизация)

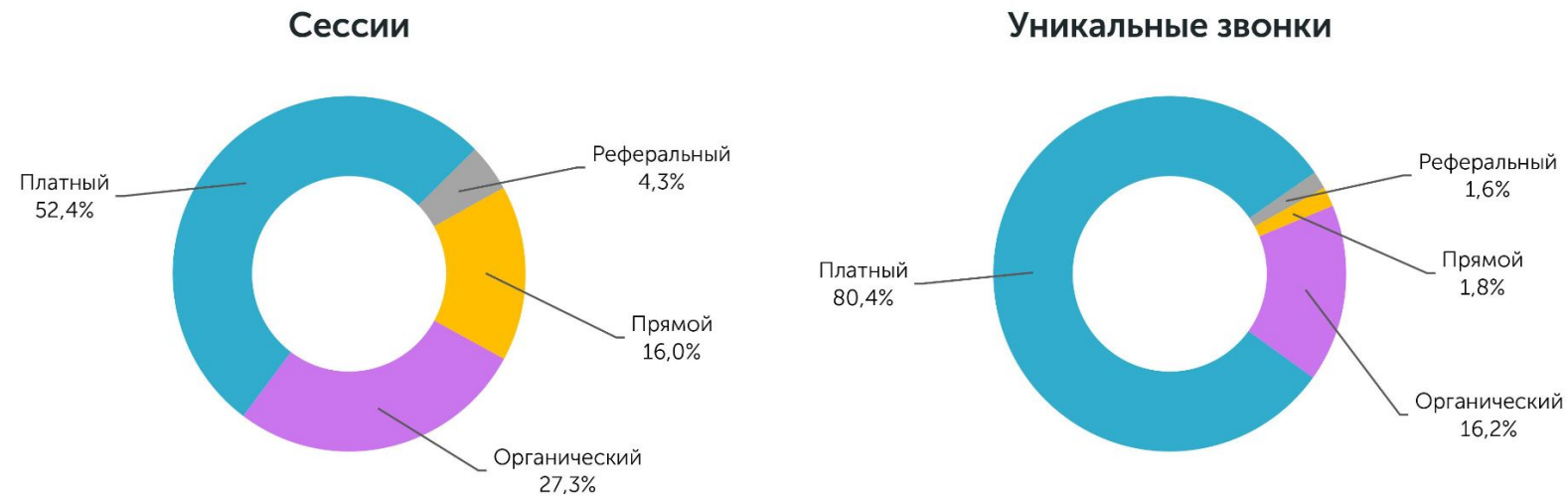
позволяет эффективно взаимодействовать с клиентами и привлекать целевой трафик на всех этапах: от формирования потребности и до окончательного выбора

Ретаргетинг

Продолжает вовлечение заинтересованных пользователей

Статистика визитов и звонков по каналам

Доля звонков и сессий по каналам



* по данным исследования Calltouch

Цена звонка с контекстной рекламы



* по данным исследования Calltouch

Цена звонка при использовании канала SEO в 5-7 раз ниже,
чем из контекстной рекламы, в диапазоне от 400 до 900
рублей (*при условии достижения результатов)

Пример стоимости звонка с канала SEO

дилер марки Мерседес	SEO (поисковая оптимизация)
Месячный бюджет	95 000 рублей
Объем трафика	15400 уник. посетителей
Стоимость перехода	6,1 рубля
Конверсия	1,4%
Количество звонков	215
Стоимость звонка	440 рублей

Основные сложности при продвижении автодилеров

Корпоративные ограничения

Структура и контент сайта должны соответствовать жестким требованиям, которые бренды спускают официальным дилерам.

Регламентируется все: цены, скидки, бонусы, брендинг на всех уровнях.

Использование платформ типа kodix и tradealer – все сайты получают одинаковые.

Проблемы с аффилиатами (дублями сайтов одного владельца)

Под рекламные акции или тесты новых каналов создаются новые поддомены или отдельные сайты с одними и теми же контактными данными и похожим контентом — это негативно сказывается на продвижении основного ресурса.

Контент от бренда

Большинство текстов на сайтах дилеров — это неуникальные материалы от представителей бренда, которые ставят жесткие ограничения по их изменению.

Не все бренды готовы сравнивать свои авто с другими

При этом обзоры со сравнениями автомобилей разных марок дают отличный целевой информационный трафик, который можно и нужно конвертировать в лиды и продажи.

Нехватка ассортимента и удаление старых карточек автомобилей

Некоторые дилеры не могут оставлять на сайте уже проданные автомобили, страницы с их описаниями удаляются безвозвратно.

Что делать?

Постоянное расширение семантического ядра – расширение структуры сайта

- Реализация сортировок и фильтров в категории «Авто с пробегом»
- Создание и оптимизация статичных страниц по шаблону «Цвет» + «Модель» + «Тип кузова» для большего охвата семантического ядра
- Создание и оптимизация статичных страниц по шаблону «Модель» + «Комплектация»

Пример увеличения количества продвигаемых запросов, сильный рост кол-ва запросов в зоне трафика (ТОП10 результатов поисковых систем) с 1000 до 2300 для дилера Skoda:



Мониторинг и исправление технических проблем на сайте

- Дубли контента и страниц
- Оптимизация скорости загрузки
- Контроль отображения мобильной версии
- Контроль изменений после разработки

Работа над уникализацией контента

Редактура существующих текстов и добавление новых блоков на страницы, где это возможно сделать.

Чтобы получить такие результаты при продвижении люксовых автомобилей, важно понимать потребности аудитории и создавать контент, который соответствует ее ожиданиям.

Проработка информационного спроса

- О чем писать – отзывы клиентов
- Тематика задающие слова (engine.seointellect.ru)
- Аудит содержания контента конкурентов

Проработка информационного спроса

Подготовка статей с обзорами, сравнениями, рекомендациями.
Написание информационных статей, решающих “проблемы” пользователя.

"Дожатие" информационного трафика ретаргетингом

Обзор моделей

Модель

Все



Mercedes-Benz A-Класс седан

Mercedes-Benz A-Класс седан в новом исполнении наделен спортивным характером, благодаря трехмерному дизайну кузова, прорисованному плавными и острыми гранями, и штатно получил передовую технологию Mercedes-Benz User Experience – MBUX.

[Подробнее](#)



Mercedes-Benz A-Класс хэтчбек

В новом исполнении хэтчбек Mercedes-Benz A-Класса стал мощнее, больше и однозначно комфортнее.

[Подробнее](#)

Внешнее продвижение (аутрич, контент-маркетинг)

Подготовка тематических статей на внешних ресурсах для увеличения цитируемости сайта.

Увеличение запросного индекса

Увеличение количества ключевых запросов в тематике за счет работы с коммерческой и информационной семантикой.

Улучшение внутренних и внешних ПФ

Проработка пути пользователя на сайте. Улучшение юзабилити.

Кейсы

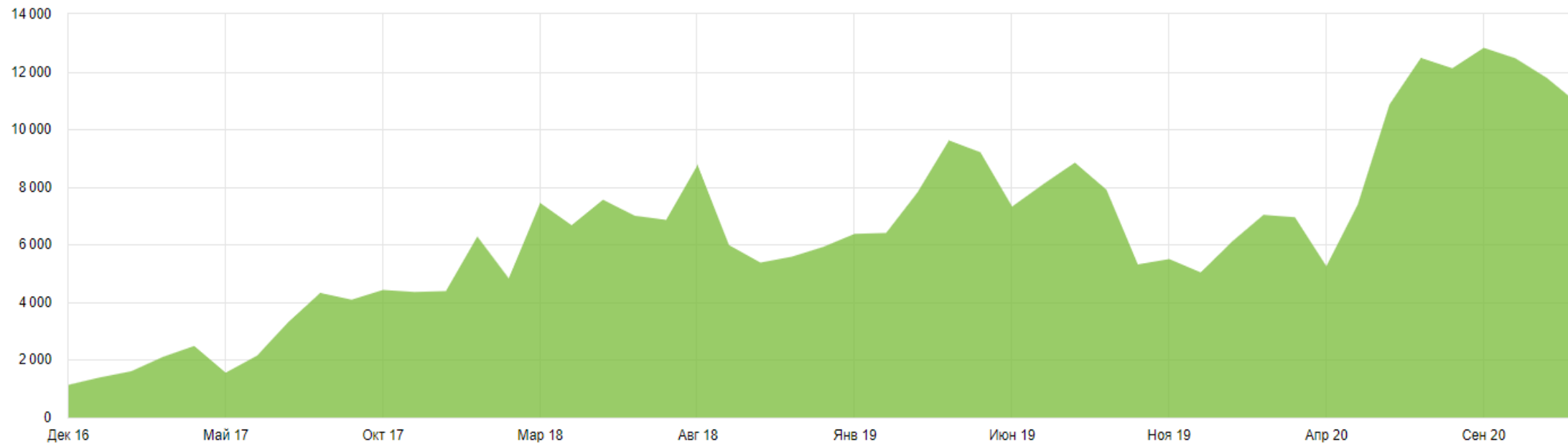
MINI: с 1 135 до 12 000 посетителей в месяц

Сегодня Вчера Неделя Месяц Квартал Год 1 дек 2016 — 31 дек 2020 Детализация: по месяцам

Сегмент: 1 условие Сравнить сегменты Точность: 100% Атрибуция: Последний переход

Визиты, в которых Тип последнего значимого источника: Переходы из поисковых систем для людей, у которых

Посетители



Rolls-Royce: с 4 450 до 55 550 посетителей в месяц

Сегодня Вчера Неделя Месяц Квартал Год 1 сен 2017 — 30 сен 2020 Детализация: по месяцам

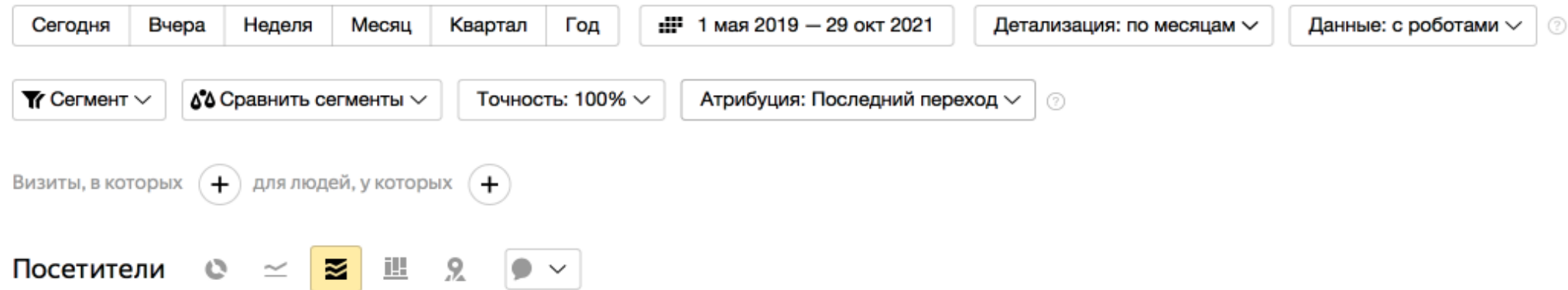
Сегмент: 1 условие Сравнить сегменты Точность: 100% Атрибуция: Последний переход

Визиты, в которых Тип последнего значимого источника: Переходы из поисковых систем для людей, у которых

Посетители



Mercedes: с 1 470 до 30 000 посетителей в месяц



Масштабирование

- Создание полноценного информационного раздела. Написание информационных статей, сравнения и обзоров автомобилей
- Подготовка новых информационных материалов
- Оптимизация раздела с отзывами
- Изменение структуры сайта: модели авто стали отдельным разделом
- Оптимизация раздела «Авто с пробегом». Реализация фильтров в разделе.
- Для люксовых автомобилей, важно понимать потребности аудитории и создавать контент, который соответствует ее ожиданиям

Улучшение внутренних поведенческих факторов за счет проработки структуры контента, юзабилити: снизить процент отказов, увеличить глубину просмотра и время проведенное на сайте.

При работе с марками, которые предлагают большой выбор моделей и вариантов комплектации авто, важно обеспечить удобную навигацию по сайту и возможность сравнения характеристик.

Охватить как можно большее количество запросов, нужно создавать отдельные посадочные страницы под все возможные варианты запросов пользователей: «Тип кузова + Модель», «Цвет + Тип кузова», «Тип кузова + Комплектация», «Модель» + «Комплектация». и т.д.

Сервис по увеличению конверсии – [Focus-point.ru](https://focus-point.ru)

Сервис для SEO специалистов – engine.seointellect.ru

Полезные видео и разборы сайтов – [канал на youtube](#)

Сайт SEO Интеллект – seointellect.ru, кейсы – seointellect.ru/portfolio

Фундаментальные знания по SEO - seo-kursy.com

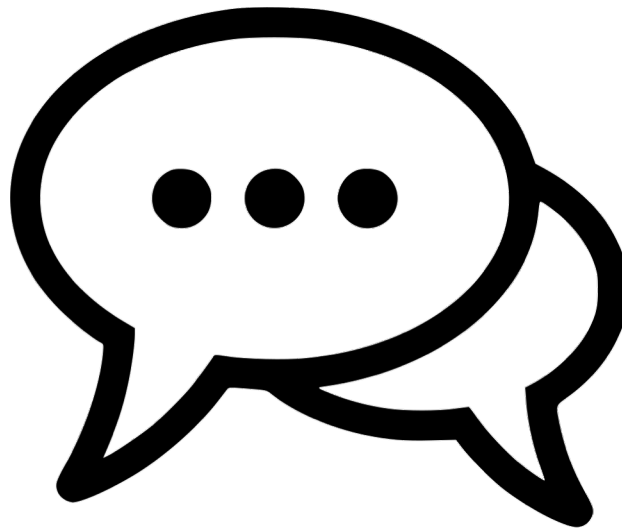
Консультация по продвижению сайта

- 30 минут консультации по продвижению Вашего сайта

Как получить

- Написать на почту artur@seointellect.ru
- В теме письма: Консультация optimization. В тексте: Написать адрес сайта

Вопросы?



Артур Латыпов, SEO Интеллект & Студия F1

Контакты

- e-mail: artur@seointellect.ru
- телефон: +7(495)1252011
- FB: facebook.com/artur.latypov.3