

# Базовый мониторинг

Подходит:

- ✓ когда требуется понимание ситуации.

Стоимость:

- ✓ 95 000 руб. в месяц.

## Чем отличается

Над отчётом работает SEO-аналитик.

В отчёте есть факты, но не разбираются причины событий, нет экспертного взгляда других специалистов, нет стратегического видения и опыта ведущего аналитика СТЭК.

## Ежемесячный аналитический отчёт 9-10 страниц. Что внутри:

1. Сравнительная динамика посещаемости магазина.
2. Динамика основных показателей поведения покупателей: стало лучше или хуже.
3. Посещаемость и отказность: какие страницы самые популярные и почему, на какие приходят из поиска, прогнозы популярности.
4. Спрос: какие страницы являются продажными. (Один из важнейших критериев здоровья магазина.)
5. Сравнение с конкурентами в посещаемости: происходящее с магазином – это тренд или особенность сайта.
6. Техническое состояние магазина: всё ли в порядке.
7. Мониторинг внезапных изменений в посещаемости и поведенческих показателях.
8. Индексация сайта в поисковиках (Яндекс, Google): стало лучше или хуже, что делать.
9. Качество индексируемых страниц, мониторинг оповещений об ошибках, расшифровка этих оповещений, рекомендации по исправлению.
10. Рекомендации по работе с магазином: какие моменты провальные, что необходимо усилить, над чем работать в приоритетном порядке.

## Ежеквартальный отчёт 2 страницы. Что внутри:

1. Видимость магазина в поиске по 200 сравнительным фразам (поисковые фразы, относящиеся к ассортименту магазина): стало лучше или хуже.
2. Видимость конкурентов по 200 сравнительным фразам.
3. Анализ конкурентов и сравнение с магазином заказчика: кто ближайший конкурент; кого догонять.

# Базовый мониторинг + детальная проработка

Подходит:

- ✓ когда есть возможность перейти от наблюдения к действию.

Стоимость:

- ✓ 270 000 руб. в месяц.

## Чем отличается

Основное отличие от «Серьёзной аналитики»: над отчётом работают только SEO-специалисты и SEO-аналитики.

Без привлечения экспертов по маркетингу и без ведущего аналитика компании СТЭК.

## Ежемесячный аналитический отчёт 14-17 страниц. Что внутри:

1. Сравнительная динамика посещаемости магазина.  
+ значимые изменения в посещаемости страниц, динамика продаж и конверсии.
2. Динамика основных показателей поведения покупателей: стало лучше или хуже.  
+ показатели лояльности, поведение посетителей в зависимости от устройств и источников, причины.
3. Посещаемость и отказность: какие страницы самые популярные и почему, на какие приходят из поиска, прогнозы популярности.  
+ источники посещений и отказов, выявление закономерностей и причин.
4. Спрос: какие страницы являются продажными. (Один из важнейших критериев здоровья магазина.)  
+ самые популярные товары в поиске, самые посещаемые товары.  
+ откуда приходят покупатели; как выглядит магазин для поисковиков, какова его тематика.
5. Сравнение с конкурентами в посещаемости: происходящее с магазином – это тренд или особенность сайта.  
+ причины уровня посещаемости, рекомендации по приоритетным действиям для наращивания посещаемости магазина.
6. Техническое состояние магазина: всё ли в порядке.  
+ мониторинг базовых претензий от поисковых сервисов.
7. Мониторинг внезапных изменений в посещаемости и поведенческих показателях.
8. Индексация сайта в поисковиках (Яндекс, Google): стало лучше или хуже, что делать.  
+ динамика средней позиции магазина по месяцам.
9. Качество индексированных страниц, мониторинг оповещений об ошибках, расшифровка этих оповещений, рекомендации по исправлению.
10. Рекомендации по работе с магазином: какие моменты провальные, что необходимо усилить, над чем работать в приоритетном порядке.

**СТЭК**

## **Ежеквартальный отчёт 2-3 страницы. Что внутри:**

1. Видимость магазина в поиске по 200 сравнительным фразам (поисковые фразы, относящиеся к ассортименту магазина): стало лучше или хуже.
2. Видимость конкурентов по 200 сравнительным фразам.
3. Анализ конкурентов и сравнение с магазином заказчика: кто ближайший конкурент; кого догонять.
  - + тематика конкурентов; отслеживание быстрорастущих конкурентов.
  - + оценка и сравнение конкурентов по маркетинговым и техническим параметрам.

# Серьёзная аналитика

Подходит:

- ✓ когда нужны дорожная карта и компас.

Стоимость:

- ✓ от 450 000 руб. в месяц.

## Чем отличается

Основное отличие от Базового тарифа: находим причины событий (как хороших, так и плохих) и формулируем понятные пошаговые рекомендации, кому и что сделать, чтобы стало больше продаж.

Над отчётом работают несколько специалистов: SEO-аналитик, маркетолог, управленец, продажник, ведущий аналитик СТЭКа. Отчёт получается многогранным, с разными точками зрения, включает богатый экспертный опыт и стратегическое видение.

## Ежемесячный аналитический отчёт 19-22 страницы. Что внутри:

1. Сравнительная динамика посещаемости магазина.  
+ значимые изменения в посещаемости страниц, динамика продаж и конверсии.
2. Динамика основных показателей поведения покупателей: стало лучше или хуже.  
+ показатели лояльности, поведение посетителей в зависимости от устройств и источников, причины.  
+ закономерности поведения актуальной целевой аудитории покупателей; потенциальные аудитории и способы их привлечения; приёмы усиления полезных закономерностей поведения.
3. Посещаемость и отказность: какие страницы самые популярные и почему, на какие приходят из поиска, прогнозы популярности.  
+ источники посещений и отказов, выявление закономерностей и причин;  
+ источники изменений в спросе, выявление проблемных источников посещений (к примеру, вирусных, но неэффективных); выявление проблем в дизайне, отрисовке страниц, рекомендации по корректировке ситуации.
4. Спрос: какие страницы являются продажными. (Один из важнейших критериев здоровья магазина.)  
+ самые популярные товары в поиске, самые посещаемые товары.  
+ откуда приходят покупатели, на что реагируют; как выглядит магазин для поисковиков, какова его тематика.
5. Сравнение с конкурентами в посещаемости: происходящее с магазином – это тренд или особенность сайта.  
+ причины уровня посещаемости, рекомендации по приоритетным действиям для наращивания посещаемости магазина.
6. Техническое состояние магазина: всё ли в порядке.  
+ мониторинг претензий от различных сервисов и рекомендации по приоритетным исправлениям.

**СТЭК**

7. Мониторинг внезапных изменений в посещаемости и поведенческих показателях.  
+ выявление причин этих изменений, рекомендации по исправлению или использованию.
8. Индексация сайта в поисковиках (Яндекс, Google): стало лучше или хуже, что делать.  
+ динамика средней позиции магазина по месяцам; кликабельность сниппетов.
9. Качество индексированных страниц, мониторинг оповещений об ошибках, расшифровка этих оповещений, рекомендации по исправлению.  
+ создание тех.заданий для разработчиков, настройка движка или плагинов, исправляющая проблемы.
10. Рекомендации по работе с магазином: какие моменты провальные, что необходимо усилить, над чем работать в приоритетном порядке.

### **Ежеквартальный отчёт 2-3 страницы. Что внутри:**

1. Видимость магазина в поиске по 200 сравнительным фразам (поисковые фразы, относящиеся к ассортименту магазина): стало лучше или хуже.
2. Видимость конкурентов по 200 сравнительным фразам.
3. Анализ конкурентов и сравнение с магазином заказчика: кто ближайший конкурент; кого догонять.  
+ тематика конкурентов, каковы их сильные и слабые стороны; как догнать конкурентов; отслеживание быстрорастущих конкурентов.  
+ оценка и сравнение конкурентов по маркетинговым и техническим параметрам.

До начала постоянных SEO-работ нам необходимо познакомиться с магазином и особенностями его сферы деятельности, зафиксировать начальные показатели.

#### **SEO-аудит:**

1. Тематика, типы товаров, регион продаж, нагруженность проекта, опыт работы.
2. Предыдущие SEO-работы: проработка страниц, настройки веб-сервисов, ТЗ от продвигенцев; решённые и нерешённые задачи.
3. Выявление и фиксация базовых параметров: посещаемость, покупатели, отказы, продажи, средний чек, локомотивы продаж, источники посещений и источники продаж, частота публикаций в сетях, уровень работы сервиса и консультантов.
4. Сбор семантического ядра по основным типам товаров (до 5 типов товаров). Обычно интернет-магазины имеют 2-3 локомотива продаж и 2-3 подающие надежды категории.
5. Оценка видимости магазина в поиске по тематическим запросам.
6. Настройка Вебмастера для мониторинга изменений по основным типам товаров (до 10 типов товаров) для понимания позиций, колебаний спроса, изменений в мета-тегах важных страниц.

#### **Маркетинговый аудит:**

7. Основные конкуренты (не более 5) на основные высокочастотные запросы (не более 5).
8. Настройка Яндекс.Вебмастера для понимания места магазина в поиске по сравнению с конкурентами.
9. Кластеризация поисковых запросов по конкурентам для понимания, кто сейчас преимущественно в поиске и по каким запросам.
10. Изучение конкурентов-лидеров: что обязательно должно быть в интернет-магазине этой тематики (базовый набор товаров, услуг, преимуществ и так далее) — то, чего ожидают посетители на основе своего покупательского опыта; и то, чего не ожидают — уникальность, которая даст магазину преимущество.

## **Уровень 0.**

### **Предварительный анализ**

Время выполнения:

✓ 2 мес., по записи.

Стоимость:

✓ 310 000 руб.

#### **Задачи:**

Увидеть сильные и слабые стороны магазина.

Выявить потенциал развития.

Оценить объём работ.