

Составляем семантическое ядро с помощью Яндекс.Вордстат

Основополагающий этап поисковой раскрутки для SEO-специалиста - составление пула ключей, по которому и будет проводиться продвижение веб-ресурса. Основная задача сводится к определению ключевых слов, по которым вы сможете привлекать целевую аудиторию на сайт. При этом необходимо учитывать частотность и уровень конкурентности запросов, используемых для продвижения. Как это делать при работе в Яндексе мы и расскажем в подробностях.





Где взять статистику запросов для Яндекса?

Чтобы понять, какой запрос в Яндексе является популярным среди пользователей (часто вводится ими в поисковой строке), а какой - нет, сеошники, как правило, используют специальные сервисы, предоставляющие статистические сведения по запросам. Бесплатным и простым примером такого инструмента выступает и сайт Wordstat он же Я.Вордстат. С его использованием мы и покажем, каков процесс подбора ключей для раскрутки.

При входе на данный веб-сервис нужно задать регион, со статистическими данными по которому вам нужно ознакомиться. Для этого под строкой поиска необходимо кликнуть на вкладку "все регионы", где в выпадающем списке нужно с помощью галочек указать нужные вам, к примеру, Россию в целом или какой-то её регион. Подтвердить свой выбор региона можно с помощью кнопки "выбрать", а для

отмены служит кнопка "очистить".

Далее необходимо ввести в строку поиска интересующие вас фразы или словосочетания для проверки её популярности (частотности). Указав нужный набор слов, нужно подтвердить выбор нажатием кнопки "Подобрать". В нижней части экрана будет показан список связанных с вашей фразой запросов и показатели частотности.

Читаем результаты и оптимизируем их под потребности раскрытки

Что же видит пользователь перед собой в Wordstat после ввода ключевого слова для анализа. Таблицу с данными. В её заголовке указывается то число раз, которое прописывались запросы в Яндексе, включающие слова в вашем запросе. Если, вы прописали в строке фразу "свадебный торт", то в числе запросов пользователей может быть:

- где купить свадебный торт;
- купить свадебный торт;
- вкусные свадебные торты;
- мне приснился свадебный торт и т.д.

Как правило, демонстрируемые изначально результаты довольно расплывчаты и для более точного анализа нужно сузить поиск. Для этого используется оператор "!". С его помощью можно получить статистику по частотности запросов, включающих каждое из ваших слов в нужном числе и падеже. Перед каждым из слов, поставьте восклицательный знак и получите результаты по показам за месяц. Они будут существенно меньше, чем в первом случае.

Также можно посмотреть показы по точным вхождениям. Для этого используются сдвоенные кавычки - оператор "".

Если "закавычить" весь запрос, то численность показов за месяц окажется ещё ниже и эта статистика будет ещё ближе к реальной. Но и это ещё не оптимальный вариант, ведь точные вхождения не исключают разные словоформы - другие падежи, число и т.д.

Самый строгий отсев показов обеспечит использование обоих операторов сразу - ! и "". В этом случае вы получите максимально точные статистические данные по частотности.

Так, если по запросу "Свадебный торт" без операторов по региону "Россия" были такие данные - 36 739 показов в месяц, то с различными операторами такие:

- !Свадебный !торт - 18 647 показов в месяц;
- "Свадебный торт" - 5 935 показов в месяц;
- "!Свадебный !торт" - 3 022 показа в месяц.

Благодаря операторам можно получить точные данные, которые на фоне изначальных стали меньше в 12 раз. Учтите этот аспект при анализе.

Вторая колонка Я.Вордстат - похожие запросы

Собрав ключи из левой колонки, обязательно обратите внимание и на те, что располагаются справа. Эти запросы прописываются пользователями в поиске вместе с ключами, которые необходимы вам. Среди них есть в действительности немало подходящих ключей для продвижения ресурса.

В примере со свадебными тортами тут фигурируют такие тематически близкие фразы, как:

- фигурки на торт;
- свадебные фигурки;
- свадебный каравай;
- эксклюзивные торты.

История запросов

Имеет в сервисе Я.Вордстат и ещё одна крайне полезная для оптимизаторов опция. Это просмотр истории запросов за длительный временной период. Отдельная вкладка "История запросов" будет полезна практически всем, в особенности, если ваш бизнес имеет черты сезонности. Кстати, наш пример со свадебными тортами весьма показателен в этом смысле.

Наиболее часто данные запросы появляются в поисковой выдаче в летнее время с пиком в июле, а меньше всего их прописывают в зимнюю пору - в декабре-январе. И эта статистика хорошо отражает популярность проведения свадебных торжеств в нашей стране. Их сезон - теплая летняя пора - как правило с мая по сентябрь включительно.

Фактор сезонности нужно обязательно учитывать при проработке семантического ядра, что позволит не упустить из виду в действительности важные ключи, частотность которых в сезон может сильно подняться. В нашем примере в июле запрос "Свадебный торт" без операторов имеет почти 100 тысяч показов - в три раза больше, чем в анализируемом нами периоде.

Выводы

Составление пула ключей требует немало времени и понимания различных специфических моментов. Но эта работа дает плоды, если ключи для продвижения подобраны грамотно и правильно. К тому же большинство оптимизаторов и сеошников используют для составления ядра специализированные программы, исключая многие рутинные процессы. К их помощи прибегают и в компании Yeella, что обеспечит реализацию важного этапа раскрутки быстро и эффективно!
