

Инструменты для кластеризации запросов (семантического ядра)

Данная тема широко известна для SEO-специалистов и вебмастеров, которые занимаются продвижением Интернет-ресурсов в поисковиках. Но, мало кто задавался вопросом, как сделать это быстро и качественно. Чтоб стать продвинутым в данном вопросе, стоит прочитать нашу статью, которая расскажет не только о поисковой оптимизации, но и о том, какие лучше использовать инструменты, чтобы быстро продвинуть сайт в топ.





Для того, чтобы Ваш сайт появился в топе поисковика, необходимо чтобы он имел высокую посещаемость. Сама же посещаемость того или же иного ресурса зависит от "видимости" страниц сайта. Как же сделать так, чтобы при работе поисковых роботов таких крупных поисковиков как Google и Яндекс по формируемым запросам пользователей начали выдаваться именно страницы вашего сайта?

Без всяких сомнений, первым шагом к этому является составление ключевых слов - составление семантики. В дальнейшем, Вы уже набрасываете условный "скелет", предназначенный для распределения ключевых слов по соответствующим посадочным страницам. И только после всего этого следует приступить к написанию статей и внедрению в них метатегов.

Кстати интересно, но на просторах сети Интернет можно найти огромное количество определений семантического ядра, вот некоторые из наиболее распространенных:

1. "Семантическое ядро представляет собой строго упорядоченный набор поисковых слов и их всевозможных словосочетаний, а также морфологических форм, которые в свою очередь наиболее точно способны охарактеризовать вид деятельности, описание услуг или перечень предлагаемого товара, представленного на сайте".
2. Авторы словаря SEO-терминов на своем сервисе SeoPult, в своем определении семантического ядра недалеко отошли от того определения, которое уже было представлено выше. По их мнению, семантическое ядро – это наиболее полная база, состоящая из набора поисковых слов и их всевозможных словосочетаний, а также морфологических форм, которые в свою очередь наиболее точно способны охарактеризовать вид деятельности, описание услуг или перечень предлагаемого товара, представленного на сайте".
3. И как считают авторы блога Seorofy.ua, которые несколько отступили в своем определении понятия семантического ядра – оно представляет собой определённый список ключевых слов, которые распределены по сайту, и который в свою очередь будут использоваться для дальнейшего продвижения ресурса

Если обобщить, все выше представленные мнения, то в итоге получаем то, что семантическое ядро сайта – это наиболее полный перечень всевозможных поисковых запросов, а также их форм и словосочетаний, способных описать вид деятельности, услуги, товары, и полностью охватывают всю тематику сайта. При этом в семантическом ядре максимально полно учитываются пожелания и интересы пользователей, при этом оно само по себе максимально соответствует бизнес-целям всего проекта в целом.

Зачем же нужна кластеризация и что вообще это

такое

Кластеризация – это проведение группировки ключевых слов выполняемая на основе проведения анализа поисковых систем. Как же это работает в на практике?

Возьмем два запроса, к примеру "купить лак для ногтей" и "лак для ногтей"

После этого собираем поисковую выдачу по отдельности для каждого из наших запросов, затем сохраняем 10 url полученных из каждой выборки и проводим проверку на наличие общих url в обеих выдачах.

В случае, когда есть хотя бы 3-5 общих url (количество зависит напрямую от точности кластеризации, которую мы можем задавать самостоятельно), то такие запросы группируются

Проведение кластеризации способно существенно сократить рутинные процессы при работе по группировке семантического ядра. При условии, что специалисту по семантическому ядру необходимо разобрать примерно 100 000 ключевых слов, проводя разделение этих слов на группы – это займет у него примерно 2-3 недели. При использовании же процесса кластеризации, этот же объем работы займет примерно час-полтора.

Кроме того, кластеризация позволит избежать ошибок в процессе продвижения различных запросов на одной странице. Такие поисковые системы как google производят оценку "коммерческих" запросов от "стандартных" запросов и в итоге получается, что половина семантического ядра способна выйти в "ТОП-10", а его вторая часть попросту неспособна туда попасть. Именно для того, чтобы избежать подобной ситуации, и используется кластеризатор.

Как кластеризация помогает в продвижении сайта

Классификация целевых страниц, под которые осуществляется продвижение

Повышается скорость обработки данных

При условии, что структура сайта полностью сгруппирована, а внутренняя кластеризация оптимизирована без ошибок, то это уже является половиной дела, при условии, что мы говорим про российский рынок. В случае же, если говорить про западные рынки, то тут еще обязательно потребуется наличие ссылок. Исходя из накопленного опыта, можно говорить про то, что при корректной текстовой оптимизации и правильной кластеризации, примерно 50%-60% запросов выходят в ТОП без какого-либо дополнительного внешнего вмешательства. Говоря про интернет-магазины или же классифайды (порталы и агрегаторы), то тут даже нет потребности в каких-либо уникальных текстах.

Так же, одним из важнейших моментов кластеризации – это ранжирование в поисковой системе. На данный момент нет какого-либо смысла пытаться бороться с автоматическим ранжированием в поисковых системах. Гораздо практичнее принять правила поисковых систем и подстроиться под это ранжирование для того, чтобы войти в необходимые типы страниц и продолжить успешное продвижение сайта.

Какие существуют методы кластеризации

Soft — это то, что было уже описано ранее. Берется маркерный запрос характерный какой-либо категории интернет-магазина и уже к нему производится подвязка других запросов, после чего

попросту сравнивается выдача. В качестве примера берем "купить блеск для губ", "купить блеск для губ цены" и "купить блеск для губ в Москве". Эти запросы имеют с главным запросом 3-5 связей.

Составленные запросы "привязываются" и на этом проверка заканчивается. В результате мы получается кластер ключевых слов которые и следует продвигать.

Но есть тематики куда более конкурентные. В качестве примера можно взять пластиковые окна. В данном случае необходимо производить проверку, нацеленную на то, чтобы все запросы, которые были подвязаны к главному, могли бы продвигаться независимо друг от друга и необходимо сравнить, есть ли по этим запросам в выдаче одинаковый url. Сравнение выдачи необходимо производить не только лишь с главным запросом, но также и между собой. И в дальнейшем, группируем только те из запросов, которые в дальнейшем могут быть связаны уже между собой.

В большинстве случаев достаточно проведение Soft кластеризации. Сюда можно отнести интернет-магазины, поскольку они имеют не очень конкурентные категории, а также какие-либо информационные ресурсы.

В случае же работы с конкурентными тематиками, конечно же рекомендуется проведение Hard кластеризацию.

Инструменты, которые упрощают ручную кластеризацию

Существует несколько типов инструментов, которые могут помочь в таком важном деле, как продвижение вашего сайта. На первом месте стоит обратить внимание на электронные таблицы, а

именно такие, как Excel, OpenOffice или LibreOffice. На втором месте стоит Гугл Докс, который с каждым годом все больше и больше покоряет сердца всех сео-специалистов, ведь именно в нем удобно не только редактировать в режиме онлайн, но и указывать на ошибки, составлять отчеты и прочее. Далее идет kg.ppc-panel и не малоизвестный Keyword Assistant. Помимо этих инструментов существуют и автоматические. Довольно часто используемыми являются группировщик ключей для PPC, Rush Analytics, SEMparser, набирающие популярность Just Magic, SEO intellect, Coolakov и многие другие.

Давайте разберем наиболее используемые инструменты для кластеризации

Кластеризация в Rush Analytics

У нас есть 3 типа кластеризации и модуль кластеризации:

Кластеризация по Wordstat является наиболее простой и менее затратный метод оптимизации, с точки зрения экономии времени. Этот метод идеально подойдет для ситуаций в которых о структуре сайта мы не знаем практически ничего.

1. В Excel загружаем в одну колонку все ключевые слова, в другую колонку загружаем частотность по Wordstat, после чего отправляем полученную информацию на кластеризацию.
2. производим сортировку всего полученного списка по убыванию: наверху у нас стоят наиболее частотные слова – как правило самые короткие.
3. данный алгоритм работает следующим образом: берем первое слово и пробуем уже к нему привязать все другие слова, после чего производим их группировку. Все варианты что

привязалось, перемещаем в новый файл и производим их сортировку заново, после чего производим эту же операцию заново.

4. Из полученного списка ключевых слов, мы формируем набор кластеров.

Кластеризация по маркерам. Этот способ подойдет для ресурсов в которых структура сайта уже определена. Этот способ отлично работает в e-commerce (к примеру, для сайта интернет-магазина).

1. Мы уже знаем маркерный запрос – это основной запрос по странице или же несколько запросов, под которыми она продвигается.
2. Берем список из ключевых слов и в колонке справа отмечаем единицами маркерные запросы, а все остальные запросы отмечаем нулями.
3. Следующим действием, взяв маркерное слово пытаемся привязать к нему все остальные ключевые слова, после чего полученный результат сгруппировать в кластеры. Тут очень важно понимать, что в этом алгоритме те маркерные слова, которые имеют пометку единицами, никогда не будут как-либо связаны друг с другом и мы не будем предпринимать попыток по их привязке.

Комбинированная кластеризация. В этом алгоритме совмещены два выше описанных метода

1. Мы производим загрузку ключевых слов после чего отмечаем "маркер или не маркер" и частотность.
2. затем привязываем все слова, которые мы можем привязать, к маркерным запросам.
3. Берем те из ключевых слов, которые остались без привязки и группируем их между собой используя Wordstat.
4. Оставшиеся результаты будут перемещены в откинется в "некластеризованные".
5. В результате мы получаем уже известную нам структуру сайта. Кроме того, также мы

производим автоматическую кластеризацию всех других ключевых слов, что в результате поможет нам в расширении структуры сайта.

Все эти типы кластеризации представлены в Rush Analytics

В качестве новичка SEO софта выступает программа KeyAssort. Эта программа заточена под проведение кластеризации запросов по входу в ТОП-10. В своей работе программа активно использует XML лимиты такого поисковика как Яндекс из-за чего обработка большого семантического ядра вполне может потребовать от Вас покупки дополнительных лимитов, поэтому необходимо быть к этому готовым перед началом использования этой программой.

Сама по себе программа достаточно удобная, имеет дружелюбный интерфейс и нареканий на ее работу пока что не поступало. Фактически, алгоритм работы программы состоит из двух основных этапов.

Для ключевых фраз считываются url полученные из списка выдачи ТОП-5, ТОП-10, ТОП-20 и ТОП-50

После этого производится анализ ссылок для того, чтобы выявить наличие в них совпадающих url и фраз имеющих общую составляющую.

Выполнив подобное сравнение в рамках всего-лишь одного запроса, абсолютно несложно обработать несколько тысяч ключевых слов, что абсолютно было бы немыслимо при проведении подобного объема работы в ручную.

Программа KeyAssort имеет два типа проведения кластеризации Soft и Hard. При этом следует

отметить, что производится определение специального параметра, такого как "сила кластеризации", что влияет на "мягкость" производимой выборки:

При использовании метода Soft, если для ключа найдено число совпадений с другими URL'ми, которое большее или равно установленной силе кластеризации, то сам запрос добавляется в группу.

При варианте Hard, ключевики уже попадают в одну группу при условии, если имеют общее число совпадений которое большее или же равно силе кластеризации.

Первый вариант в большей степени подходит для использования в работе с информационными сайтами – тут существенно большая выборка и меньше групп. Второй же метод предпочтителен для использования в коммерческих нишах, он более точный, и при этом имеет гораздо больше групп.

Как правило, всевозможные информационные заметки содержат в себе много сопутствующей информации как по теме непосредственно самой статьи, так и по сходим тематикам, так же в них используется большое количество синонимов и похожих терминов, тогда как при коммерческом использовании необходимо максимально точное совпадение указанных ключей на странице, что необходимо для выхода в топ поисковика.

После окончания кластеризации производится группировка семантического ядра (что это такое, мы уже рассматривали выше). На основе полученной информации, Вы производите анализ полученных кластерных ключевых слов и формируете из них страницы разделы и сайта. Тут важно не только лишь написание текстов, соответствующих поисковым запросам, но также и логичность всего оформления сайта нацеленная для удобства посетителей.

Следующей программой, которую бы я хотел

рассмотреть, является Key Collector

используя Key Collector, вы можете не только лишь в существенной мере упростить процедуру по подготовке семантического ядра для своих сайтов, но так же и получить куда более полный и качественный результат по их оценке.

Программа не нацелена на работу с уже готовыми базами данных, и она не занимается генерацией ключевых фраз. Вместо этого, используя Key Collector Вы можете получить актуальную информацию непосредственно от сервисов-источников. Данное приложение позволит получить информацию с широкого перечня наиболее популярных как русскоязычных, так и зарубежных источников.

Задействовав интересующие именно Вас возможности программы, в результате Вы получите максимально полную выборку из высокочастотных, среднечастотных и низкочастотных фраз. Что следует отметить отдельно, при проведении сбора семантического ядра, у Вас есть возможность выбора именно своего регион, кроме того есть возможность выставить глубину поиска, что крайне важно для того, чтобы не тратить время на анализ словосочетаний не представляющий для Вас никакого интереса.

Все ключевые фразы, добавленные в проект вручную или собранные в результате выборки, можно оценивать по десяткам параметров, к примеру, таким как стоимость их продвижения, уровень конкуренции, популярность, сезонность, трафик, или гео зависимость.

Кроме того, программа Key Collector позволяет проведение определения наиболее релевантных, по версии поисковых систем, страницы находящиеся на исследуемом сайте. Результат подобного анализа можно получить в один клик, выгрузив его в формате MainLink, SAPE или Rookee. кроме этого, доступен так же и экспресс-анализ по позиций в поисковой выдаче и сбор рекомендаций по

проведению внутренней перелинковке.

Со всеми полученными результатами возможно работать как непосредственно в самой программе Key Collector, так и произведя их экспорт в формате CSV или Microsoft Excel. Достаточно удобное классическое табличное представление всех данных, включая возможность их фильтрации, а также дополнительные всплывающие редакторы, позволяет наиболее полно анализировать все дополнительные сведения

KeyCollector – это не только лишь программа по комплексному продвижению сайта, это еще и Ваш личный помощник при необходимости составления семантического ядра. Программа призвана Вам огромное количество времени, которое бы было затрачено на поиск и обработку интересующих Вас ключевых слов. Сам процесс поиска ключевых слов в представленном продукте, а также построение семантического ядра – максимально автоматизирован.

Говоря про возможности программы, следует отметить следующие преимущества:

- Сбор "ключевых" слов;
- Построение семантического ядра;
- Определение основных ключевых слов, которые используются конкурентами для продвижения своих ресурсов;
- Экспресс-анализ сайта на его соответствие своего содержимого заданному семантическому ядру.
- Определение ценности, а так же стоимости ключевых фраз;
- Съем позиций.
- Выдача рекомендаций по необходимой перелинковке;
- Определение релевантных страниц ресурса;

- Анализ позиции ресурса в при формировании поисковой выдачи;
- Выгрузка данных в формате SAPE, Rookee, MainLink всего лишь в один клик;
- Импорт данных в CSV или Microsoft Excel;

К особенностям продукта необходимо отнести то, что он имеет около 70 возможных параметров по оценки ключевых фраз, используя для этого такой поисковик как Яндекс. Программа умеет возможность интеграции со ссылочным брокером и работает напрямую с несколькими как русскоязычными, так и зарубежными поисковыми ресурсами. Благодаря этому, есть возможность по подборке наиболее релевантных как высокочастотных, среднечастотных, так и низкочастотные запросов.

Из всего вышперечисленного не составит труда сделать вывод о том, что правильно проведенная кластеризация запросов семантического ядра – это один из самых важных этапов в работе с абсолютно любым проектом. Кластеризация позволяет произведение правильной настройки сайта уже на начальных этапах становления ресурса, что в дальнейшем является залогом того, что созданный Вами ресурс в дальнейшем сможет успешно развиваться и будет находиться в топе выборки поисковых сайтов в своей группе

Кроме того, проведение кластеризации позволит Вам избежать необходимости переделывания сайта и пересматривания его структуры после того, как Вы уже потратите несколько месяцев на раскрутку и продвижение сайта

От себя могу лишь добавить, что группировка с помощью описанных выше сервисов это не только лишь хорошо и удобно, но еще и в достаточно высокой мере профессионально. При этом, хотелось бы отметить, что в любом случае, чтобы быть уже на все 100% уверенным в результате успеха проведения кластеризации, в любом случае финальный этап кластеризации семантики лучше всего делать самостоятельно именно руками.

