



Трофимов и партнёры

КОНСАЛТИНГ • ЦИФРОВОЙ РОСТ • РЕЗУЛЬТАТ

ОБЕЗЛИЧЕННЫЙ ПРИМЕР

Ежемесячный SEO-отчёт

Что изменилось в поиске, какие работы выполнены и как следующий спринт связан с заявками и продажами.

ПРОЕКТ

Крупный интернет-магазин

Период: один отчётный месяц · 985 контролируемых запросов · Россия

Домен, URL и поисковые фразы удалены. Числовые показатели сохранены.



ГЛАВНОЕ ЗА ПЕРИОД

Позиции выросли. Следующий фокус — качество трафика и заявки.

По 985 контролируемым запросам заметно выросла видимость. После очистки нерелевантных визитов качество трафика оцениваем по поведению, целевым страницам и обращениям.

+99

ЗАПРОСОВ В ТОП-3

561 → 660 запросов, рост доли на 17,6%

431

ЗАПРОС УЛУЧШИЛ ПОЗИЦИЮ

208 снизились, 337 остались без изменений

20 574

ВИЗИТА ИЗ ПОИСКА

69,9% всех визитов за отчётный период

87,3%

ДОЛЯ ЯНДЕКСА В ПОИСКЕ

17 963 визита из 20 574 поисковых

ВЫВОД СПЕЦИАЛИСТА

Рост позиций сам по себе не доказывает рост заявок

Большая часть запросов уже находится в ТОП-10. Следующий резерв — коммерческие кластеры, CTR сниппетов, наличие товара, мобильный сценарий и конверсия посадочных. Данные по заявкам и выручке должны поступать из Метрики, коллтрекинга и CRM.



КАЧЕСТВО ДАННЫХ

Как оцениваем органический трафик после очистки

В отчётном периоде очищены нерелевантные визиты. Поэтому объём трафика не рассматриваем отдельно от поведения пользователей, целевых страниц и обращений.

23 104

ПОСЕТИТЕЛЯ

Уникальная аудитория за отчётный период

29 422

ВИЗИТА

Все зафиксированные сессии на сайте

62 977

ПРОСМОТРОВ

Глубина просмотра — 2,14 страницы

02:35

ВРЕМЯ НА САЙТЕ

Показатель отказов — 29%

СТРУКТУРА КАНАЛА

69,9% всех визитов пришло из органического поиска



● **Яндекс**

17 963

● **Google**

2 496

● **Прочие**

115

Контрольный вопрос на следующий период: какие коммерческие посадочные привели целевые обращения после очистки нерелевантного трафика?

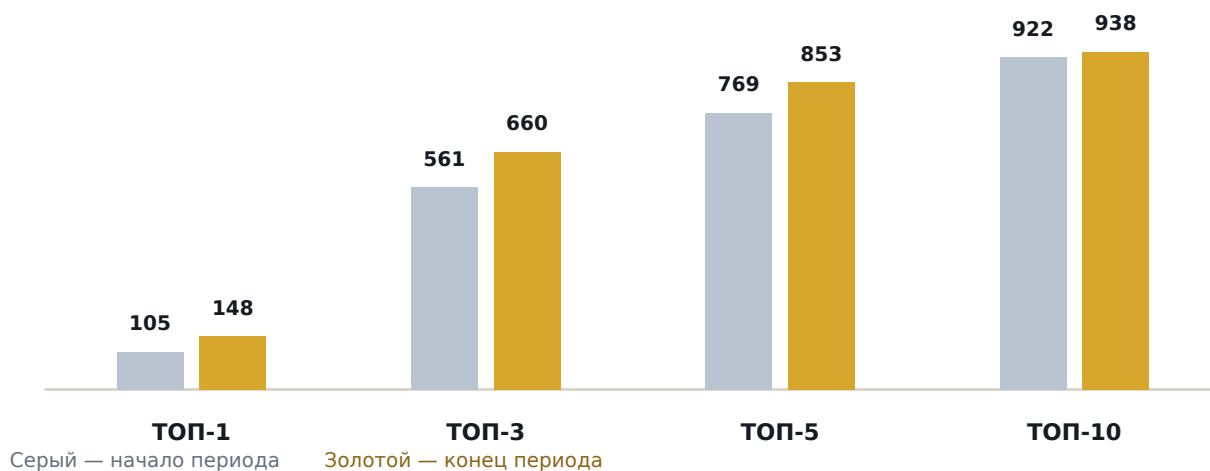


985 ЗАПРОСОВ

Список на 39 страниц свёрнут в управляемые показатели

В публичном отчёте нет домена и поисковых фраз. Вместо массива строк показана структура

ДО И ПОСЛЕ ОТЧЁТНОГО ПЕРИОДА



431

УЛУЧШИЛИСЬ

Учитываются запросы с позицией в обе даты

337

БЕЗ ИЗМЕНЕНИЙ

Учитываются запросы с позицией в обе даты

208

СНИЗИЛИСЬ

Учитываются запросы с позицией в обе даты

Что это означает

95,2% запросов уже в ТОП-10. Следующий рост зависит не только от позиции: нужны кликабельные сниппеты, коммерческий спрос, наличие товара и конверсия страницы.



НЕ СПИСОК РАДИ СПИСКА

Каждая группа работ связана с измеримой причиной

Исходные 13 пунктов объединены в пять рабочих контуров. Так заказчик видит не активность подрядчика, а логику воздействия на поиск и заявки.

01 Семантика и канибализация

Развели конкурирующие страницы и уточнили, какой URL должен отвечать на каждый коммерческий кластер.

02 Индексация и HTML

Проверили динамику индексации, семантическую разметку, пагинацию, canonical и доступность сайта.

03 Метаданные и внутренние связи

Оптимизировали Title, Description и перелинковку, чтобы усилить релевантные посадочные.

04 Ссылочный профиль

Сопоставили ссылочную массу с конкурентами и проверили URL на признаки спама.

05 UX, скорость и поведение

Провели юзабилити-анализ, проверку скорости и работы, влияющие на путь пользователя до обращения.

ПОДТВЕРЖДЕНИЕ

В рабочей версии к каждому контуру прикладываются задачи, даты внедрения и ссылки на изменённые страницы.



ПРИОРИТЕТЫ

Не 17 разрозненных задач, а очередь по влиянию на результат

План перегруппирован из исходного отчёта. Сначала — риски индексации и измерения, затем — рост коммерческих посадочных и масштабирование.

Измерение заявок

P1

Проверить цели, формы, звонки, e-commerce и передачу статусов из CRM. Без этого позиции нельзя честно связать с продажами.

Техническая доступность

P1

Robots.txt, sitemap.xml, редиректы, битые ссылки, региональность и панели вебмастеров.

Коммерческие посадочные

P2

Контент, внутренняя перелинковка, коммерческая информация и соответствие интену запроса.

CTR и мобильный сценарий

P2

Сниппеты, скорость, удобство выбора и путь до формы или звонка на смартфоне.

Мониторинг и расширение

P3

Позиции по кластерам, индексирование новых страниц и гипотезы следующего месяца.

КРИТЕРИЙ УСПЕХА СПРИНТА

Не количество выполненных пунктов, а изменение согласованных KPI и понятный вклад внедрений в заявки.



ИНДИВИДУАЛЬНАЯ СИСТЕМА КРІ

Главный уровень — заявки и продажи. Остальное объясняет причины.

Универсального KPI для всех проектов нет. До старта выбираются показатели, на которые реально влияют SEO и сайт, а также источник данных и период сравнения.

01 Бизнес-результат

Квалифицированные заявки, продажи, выручка, стоимость привлечения

02 Конверсия

CR посадочных, звонки, формы, корзина, качество обращений

03 Целевой спрос

Небрендовый органический трафик и коммерческие кластеры

04 Диагностика

Позиции, CTR, индексирование, скорость и технические ошибки

ЧЕСТНОЕ ОГРАНИЧЕНИЕ ПУБЛИЧНОГО ПРИМЕРА

В исходной выгрузке нет отдельного блока с заявками и CRM. Поэтому мы не называем рост позиций ростом продаж. В рабочем отчёте этот блок обязателен при наличии доступов к целям, звонкам и CRM.



ФОРМАТ РАБОТЫ

Отчёт должен помогать принимать решения, а не оправдывать счёт

Вместо десятков страниц сырой статистики заказчик получает выводы, подтверждение внедрений, динамику KPI, риски и приоритеты следующего спринта.



Фактические показатели без выборочного украшения



Выполненные работы с объяснением влияния



Отдельный блок по заявкам и качеству лидов



План следующего периода с приоритетами



KPI, согласованные под экономику проекта

ОБСУДИТЬ ПРОЕКТ

Получите бесплатный SEO-тест-драйв на 7 дней

Без предоплаты, скрытых платежей и мелкого шрифта. Сначала согласуем запросы и критерий результата.

+7 915 169-95-60 • @Trofimov_SEO • trofimov@easy-digital.ru