

## **Регламент оказания услуги seo-продвижения в ООО "360Вебсайт" (Приложение к Договору оказания услуг, введен в действие "26" августа 2022г.)**

### **1.1 Общие положения**

Исполнитель за плату в соответствии с предоставленными Заказчиком исходными данными оказывает услуги, связанные с продвижением сайта Заказчика в естественной выдаче. Объем оказываемых услуг зависит от заявки и потребности Заказчика и определяется в счетах на оплату, выставляемых Исполнителем и оплачиваемых Заказчиком.

#### **Основные термины.**

**Сео-продвижение** - это комплекс мер, направленный на выведение сайта в ТОП-10 по группе словосочетаний, привлекающих на сайт целевую аудиторию из поисковых систем.

Оптимизация является одной из таких мер. Помимо нее в продвижение входят увеличение ссылочной массы сайта, работа со структурой, оформлением страниц и т. д., т.е регулярные мероприятия по улучшению видимости сайта в поисковых системах.

**Оптимизация** - это наполнение страниц сайта в соответствии с требованиями поисковых систем. В нее входит подбор запросов, написание и форматирование текстов, прописывание мета-тегов title и description, подбор изображений и прописывание атрибута alt.

Работы по оптимизации не гарантируют достижения высоких позиций в поисковиках.

### **1.2. Порядок оказания услуги**

При получении запроса от Заказчика на продвижение сайта в естественной выдаче обсуждаются цели (количество лидов или целевого трафика на основании пожеланий от Заказчика и реальной ситуации по проекту) и бюджет, который готов выделять Заказчик на продвижение. Если заказчик не может сориентировать по целям и бюджету, то просчитывается средний чек и на основании спроса в его тематике делается прогноз потенциального увеличения оборота (прогноз динамики трафика с органики - Шаблон Буйлова <http://c2n.me/4glCQAR>)

**На основании полученных данных от Заказчика разрабатывается индивидуальный план работ по сео-продвижению сайта в течение нескольких месяцев и отправляется ему на согласование.**

**На основе утвержденного плана развития сайта выставляется счет на оплату месячного объема работ и отправляется Заказчику вместе с договором. После поступления 100% предоплаты по договору Исполнитель приступает к реализации месячного плана по развитию сайта Заказчика.**

**Если после сдачи отчета по выполнению хода работ по продвижению сайта в течение 1 оплаченного месяца Заказчик не изъявил желания расторгнуть договор, то он считается пролонгированным и ему отправляется счет на оплату работ по 2му месяцу развития сайта и т.д.**

Также предусмотрен универсальный стартовый тариф для начинающих предпринимателей в сео, в который включена:

- работа с технической частью (технический аудит, составление тз на правки),
- базовая оптимизация (составление маркерной семантики (если нет) и аудит метатегов на основании нее, анализ robots/sitemap, анализ коммерческих факторов конкурентов и тз на их внедрение)
- работа с семантикой (запросная аналитика, план развития сайта, прогноз).

**Стоимость 30 000рублей.**

## **Платежи за выполнение работ по сео состоят из постоянной и переменной части.**

Постоянная: от 30 000₽ в месяц (в зависимости от объема работ по сайту). Вносится сразу, до начала работ по сайту.

Переменная: от 0 до 15 000₽ в среднем в месяц.

Чем сложнее цель, тем выше верхняя граница переменной части.

### **Пример расчета.**

До старта мы договорились, что цель: прибавка 200 переходов из поисковых систем в сутки (в сумме по всем поисковикам). Или 200 новых запросов в топ зайдет.

1 месяц:

Заключили договор с гарантией по позициям. С целью +200 новых запросов из утвержденного списка в топ-10 Яндекса.

Заказчик внес предоплату 30 000 ₽.

Месяц работаем по утвержденному плану. В конце месяца предоставляем отчет по работам и результатам.

И, например, в отчете видно, что прибавки по нет. Значит, переменная часть 0 ₽ и за первый месяц доплаты нет.

2 месяц:

В начале месяца оплачиваете 30 000 ₽ за второй месяц.

Работаем по плану работ на 2й месяц продвижения. В конце месяца снова отчет.

И в отчете видно, что 20 новых запросов зашло в топ-10. Это 10% от целевого значения, значит за второй месяц доплачиваете 10% от переменной суммы. Это 1 500₽.

И так далее.

## **1.3. Особые условия**

1.3.1. Заказчик обязуется обеспечить Исполнителю доступ к системе управления Сайтом и возможность его редактирования (если договором предусмотрено внесение изменений на сайт со стороны Исполнителя). **Если у Заказчика малоизвестная Исполнителю или самописная система управления сайтом, то все изменения на сайт Заказчик вносит самостоятельно, Исполнитель просто передает необходимую информацию для размещения с комментариями.**

1.3.2. Заказчик обязуется обеспечить условия, необходимые для нормальной работы Сайта (хостинг, каналы связи и пр.).

1.3.3. Заказчик обязуется не препятствовать изменению текстов на страницах Сайта, при необходимости для достижения заявленных целей предоставлять дополнительные тексты и (или) материалы по просьбе Исполнителя в течение 2-3 рабочих дней. Материалы предоставляются в одном из следующих форматов: для текстов – форматы .doc, .docx, .odt, .odc, .txt, .xls, .xlsx; для фотографий: .png, .jpg, .gif. Несвоевременное представление текстовой информации и (или) материалов влечет за собой увеличение сроков работ со стороны Исполнителя.

1.3.4. Заказчик обязуется не размещать на сайте дополнительных текстов, скриптов, иных файлов без предварительного согласования с Исполнителем.

1.3.5. Заказчик обязуется предоставить Исполнителю расширенный доступ к счетчику Яндекс.Метрика, если счетчик установлен Заказчиком на Сайте, или не препятствовать установке Исполнителем счетчика, если счетчик отсутствует. Заказчик обязуется не удалять счетчик Яндекс.Метрика, на период действия настоящего договора.

1.3.6. Заказчик обязан своевременно предоставить информацию и материалы, необходимые Исполнителю для выполнения работ. В случае непредоставления информации в течение 7-и рабочих дней Исполнитель оставляет за собой право наполнения и оформления страниц сайта по своему усмотрению, и дальнейшие корректировки по запросу Заказчика оплачиваются дополнительно.

1.3.7. Заказчик обязан предоставить для деловой переписки работающий электронный адрес.

1.3.8. Заказчик обязан оплатить услугу в сроки и порядке установленным Договором. После поступления денежных средств на расчетный счет Исполнителя, Заказчик не вправе отменять исполнение услуги.

1.3.9. Заказчик дает согласие на бессрочное размещение зарегистрированного товарного знака и/или фирменного написания, графического элемента, логотипа компании Заказчика в публичном портфолио Исполнителя.

1.3.10. Работы, не входящие в утвержденный план развития сайта, оцениваются согласно прайсу <https://360ws.ru/prajs-list> и оплачиваются Заказчиком дополнительно.

1.3.11. Оформление страниц не предполагает внесения изменений в дизайн сайта, а также использования сложных графических элементов.

1.3.12. В случае изменения Заказчиком оформленной страницы без согласования с Исполнителем, исправления будут вноситься за дополнительную плату.

1.3.13. Исполнитель не несет ответственности за задержку выполнения очередного этапа работ, если такая задержка вызвана действиями Заказчика. В случае задержки сроков по любому из этапов работ по вине Заказчика (на N рабочих дней), выполнение работ сдвигается на 2xN рабочих дней.

1.3.14. Исполнитель не несет ответственности по обстоятельствам, являющимся форс-мажорными, не зависящим от Исполнителя, т. е. обстоятельствам "непреодолимой силы", к числу которых относятся сбои в работе телекоммуникационных сетей и оборудования третьих лиц, а также изменения в работе поисковых систем и их алгоритма индексации сайтов.

## 1.4. Состав работ по seo-продвижению

Все работы по SEO-продвижению сайта можно разделить на 2 группы: работы над внутренними факторами ранжирования и работы над внешними факторами. **Состав работ по конкретному проекту зависит от целей и приоритетов, который хочет достичь Заказчик.** Состав работ по проекту Заказчика прописан в утвержденном плане продвижения его сайта.

### 1.4.1. Работы над внутренними факторами

#### Семантическое ядро и планирование стратегии продвижения

1. Анализ области деятельности компании / тематики сайта. Определение тематических особенностей и ограничений для данного сайта.
2. Анализ текущего состояния домена и его поисковых параметров для оценки текущей ситуации с продвижением сайта.
3. Формирование списка подходящих поисковых запросов для данного сайта, используя

различные источники:

- счётчики веб-аналитики;
- базы ключевых слов;
- сервис wordstat.yandex.ru.

4. Обработка полученного списка – отсев непригодных для продвижения данного сайта запросов.

5. Анализ полученного списка запросов:

- деление его на группы;
- оценка частотности запросов;
- эффективности запросов.

6. Краткий технический аудит сайта, оценка объёма технических работ по сайту, необходимых для приведения сайта в соответствие с требованиями поисковых систем.

7. Оценка объёма дополнительной ссылочной массы, необходимой сайту для продвижения по составленному списку запросов. Для этого сначала определяется текущий объём ссылочной массы, затем рассчитывается необходимый объём, делается вывод.

8. Оценка объёма контента (доп. страниц для написания), необходимого сайту для продвижения по составленному списку запросов.

9. Прогнозирование скорости вывода сайта в ТОП и объёма поискового трафика, который можно получить в результате успешного SEO-продвижения по составленному списку поисковых запросов.

10. Оценка рекламной кампании в контекстной рекламе (в поддержку SEO-продвижению).

11. Согласование полученной оценки и объёмов работ с Заказчиком, финализация стратегии продвижения проекта.

### SEO-анализ, составление плана оптимизации

1. Проведение анализа контента сайта, включая:

- Проверка сайта на наличие наложенных поисковыми системами санкций (автоматические и ручные фильтры), включая: бан, АГС, аффилиацию, Пингвин, Панда, фильтр за переоптимизацию.
- Анализ сайта на предмет поискового спама: скрытый текст/ссылки, дорвеи, каталоги ссылок/статей.
- Проверка сайта на отсутствие на нём рекламы (контекстная реклама, тизерные сети, ripunder, clickunder).
- Анализ HTML-кода сайта на соответствие семантическим требованиям.
- Контроль правильной индексации страниц сайта: отсутствие неиндексирующихся элементов на сайте (flash, JS, важный контент в картинках и т.п.)
- Контроль правильности верстки сайта, кроссбраузерная проверка.
- Анализ метатегов и заголовков у веб-страниц сайта. Устранение повторяющихся метатегов у разных страниц. При необходимости, реализация автогенерации метатегов и/или заголовков у страниц в отдельных категориях.
- Анализ навигации сайта (меню, карта сайта, поиск, разбиение каталогов товаров/статей на категории), при необходимости перепроектирование структуры сайта для упрощения взаимодействия пользователей с ним.
- Поиск битых ссылок на сайте.
- Анализ внутренней ссылочной структуры сайта.
- Анализ конкурентов, определение стратегий их продвижения и преимуществ.
- Оценка скорости загрузки страниц сайта. При необходимости – оптимизация быстродействия.
- Анализ структуры URL-адресов сайта. Формирование требований к изменению структуры (и функционала – при необходимости).
- Проверка правильной обработки сервером страниц с ошибками (404, 403 и т.д.).
- Анализ индексации сайта. Составление правил для управления индексацией и их последующая публикация в robots.txt
- Проверка корректной работы форм (с т.з. валидации и функциональности).

- ☑ Проверка корректной работы функционала заказа товаров/услуг (в т.ч. корзины).
  - ☑ Контроль наличия на сайте всей необходимой коммерческой информации (описания товаров/услуг, ценообразование, взаимодействие с клиентами/партнёрами, контакты со схемой проезда и т.п.)
  - ☑ Анализ контента на уникальность, определение списка страниц, тексты которых подлежат переработке.
2. Детальный анализ имеющейся на старте ссылочной массы сайта. Мониторинг и чистка ссылок.
  3. Краткий юзабилити-аудит основных страниц сайта (главная страница, каталог товаров, карточка товаров, функционал заказа, корзина).
  4. Анализ текущего взаимодействия пользователей с сайтом (при наличии счётчиков веб-аналитики). Выявление явных проблем с функционалом и юзабилити сайта.
  5. Распределение списка поисковых запросов для продвижения по страницам сайта.
  6. Формирование требований к текстам для целевых страниц.
  7. Подготовка требований по изменению функционала и/или структуры сайта в рамках его поисковой оптимизации.

### Организация сбора статистики

1. Установка на сайт счетчиков веб-аналитики (Google Analytics и Яндекс.Метрика). Настройка отслеживания целевых действий пользователей.
2. Регистрация сайта в сервисе Яндекс.Вебмастер. Настройка параметров индексации сайта.
3. Регистрация сайта в сервисе Google Search Console. Настройка параметров индексации сайта. Связывание с профилем Google Analytics.
4. Настройка отслеживания динамики позиций сайта, его поисковых параметров и статистики посещаемости во внутренней информационной системе.
5. Регистрация сайта в справочниках поисковых систем – Google Business и Яндекс.Справочник.
6. Контроль привязки сайта к нужным регионам в поисковых системах.

### Наполнение сайта материалами

1. Запрос материалов, необходимых для разработки контента.
2. Написание текстов для сайта в объёме, предусмотренном на этапе составления стратегии продвижения, согласно сформированным на этапе анализа требованиям.
3. При необходимости, разработка графических материалов для выставления на сайт вместе с текстами.
4. Согласование материалов с Заказчиком. При необходимости, их коррекция.
5. Выставление материалов на сайт. Регистрация текстов в сервисе «Уникальные тексты» в Яндекс.Вебмастер.
6. Заполнение метатегов и заголовков для новых страниц при их создании.
7. При необходимости, создание функционала (разделов, текстовых блоков) для размещения материалов на сайте.

### Работа над функционалом и структурой сайта

1. Создание и заполнение файла robots.txt с правилами для индексации сайта, выработанными на этапе анализа.
2. Определение главного зеркала сайта. Настройка серверного перенаправления (редиректа) со всех неосновных зеркал на главное для их правильной «склейки» при индексации сайта.
3. Перевод сайта на безопасный протокол HTTPS.
4. Закрытие от индексации всего неуникального контента.
5. Закрытие от индексации лишних частей HTML-шаблона сайта (для предотвращения их попаданию в поисковый сниппет на странице результатов поиска).
6. Внесение на сайт изменений, предусмотренных и согласованных в ходе SEO-анализа сайта, включая при необходимости:
  - ☑ доработку функционала сайта;
  - ☑ переработку структуры и навигации;
  - ☑ устранение проблем взаимодействия пользователей с сайтом;

☒ настройка веб-сервера и системы управления сайтом.

7. Реализация дружественной к поисковым системам структуры URL-адресов на сайте, согласно рекомендациям, полученным при анализе сайта.

8. Добавление карты сайта, включая её XML-версию (sitemap.xml).

### Отображение сайта в результатах поиска

1. Анализ и корректировка поисковых сниппетов в результатах поиска, с заполнением необходимых данных.

2. Формирование YML- выгрузки товаров из каталога и передача через Яндекс.Вебмастер (отображение цен у карточек товаров в поисковой выдаче).

3. Применение микроразметки (schema.org).

4. При необходимости, создание регистрация онлайн-чата для добавления в выдачу кнопки «Чат с компанией».

### Корректировки

По мере переиндексации внутренних изменений на сайте, мы проводим анализ позиций и, при необходимости, проводим корректировки, когда ситуация с ростом позиций хуже ожидаемой. Эти меры включают:

1. Повторный SEO-анализ сайта. Формирование рекомендаций по улучшению позиций.

2. Повторный анализ уникальности текстов на сайте (со временем их могут скопировать конкуренты).

3. Анализ наложения на сайт санкций поисковых систем. Меры по преодолению санкций, включая взаимодействие со службой поддержки Яндекса/Google и внесение корректировок в контент сайта, ставший причиной наложения санкций.

4. Контроль индексации сайта. Принятие мер для скорейшей переиндексации изменений на сайте.

5. Противодействие наложению санкций поисковыми системами:

☒ систематическая проверка уникальности контактных данных, торгового предложения;

☒ анализ внешней ссылочной массы;

☒ анализ резких скачков трафика.

### Анализ поведенческих факторов и меры по их улучшению

1. Проведение исследования поведения пользователей на сайте с помощью инструмента Яндекс.Метрики «Вебвизор».

2. Выявление проблемных сегментов трафика при помощи анализа данных веб-аналитики

☒ сегменты с высоким показателем отказов;

☒ сегменты с низким количеством просмотренных страниц и временем пребывания на сайте.

3. Анализ кликабельности (CTR) ссылки в поисковой выдаче по основным поисковым запросам. При необходимости корректировка поискового сниппета.

4. Анализ и оптимизация поведенческих факторов на сайте, путём доработки функционала и добавления контента на сайт.

5. Периодическое наполнение сайта полезными материалами для улучшения взаимодействия пользователей с ним, что приводит к улучшению поведенческих факторов.

## 1.4.2. Работы над внешними факторами

### Планирование стратегии закупки ссылок

1. Анализ ссылочной массы конкурентов для определения необходимых объёмов ссылок.

2. Подбор тематических сайтов для получения ссылок.

3. Составление плана по закупке ссылок, учитывающего объёмы анкорных ссылок (с ключевыми словами в тексте) и безанкорных ссылок.

4. Планирование графика наращивания ссылок для избегания санкций поисковых систем за быстрый прирост ссылок.

## Наращивание ссылочной массы

1. Подбор подходящих доноров для закупки ссылок.
2. Закупка ссылочной массы согласно составленному плану. При этом у каждого донора выбирается наиболее подходящая по ряду параметров внутренняя страница для размещения ссылки.
3. Контроль простановки ссылок, при покупке «навсегда».
4. Получение обратных ссылок из дополнительных источников: региональных каталогов, форумов, комментариев, сервисов «вопросов-ответов», отзовиков.
5. Принятие мер для придания естественности закупленной ссылочной массы: контроль разнообразия источников ссылок и их текстов, контроль разнообразия страниц сайта, на которые проставляются ссылки.

## 1.5. Распределение работ по этапам проекта

Если говорить обобщенно, то проект по SEO-продвижению сайта можно разделить на несколько этапов. **Для каждого этапа характерен свой состав работ и приоритеты. Состав работ и приоритеты также варьируются от целей Заказчика, конкретной ниши и конкуренции.** Состав работ по проекту Заказчика прописан в плане продвижения его сайта.

### 1 этап (1-2 месяц)

На этом этапе обычно проводится поисковая оптимизация сайта. Для него характерен существенный рост позиций и высокая динамика их изменений, но относительно не большое количество запросов в ТОП10.

### 2 этап (3-6 месяц)

Это активный этап развития. На нём вносятся коррективы в сделанные на первом этапе внутренние изменения на сайте, а также активно ведётся закупка ссылок. Основная часть запросов выходит в ТОП10 именно в эти месяцы.

### 3 этап (6-9 месяц)

Обычно это завершающий этап проекта, после которого следует его расширение и постановка новых целей. На этом этапе оставшиеся (в основном высококонкурентные запросы) выходят в ТОП10.

