Горловский Медиа Портал
14.09.16 10:39



Продвижение сайта интернет-магазина самостоятельно – скажет каждый веб-мастер – дело трудное, темное и сложное. И не потому, что нужно знать не только азы, иметь опыт в данной сфере, а потому, что должен быть базовый уровень таких понятий, как продвижение по запросам. И даже не это важно, а больше ценится умение определить, какие именно запросы нужны: высоко-, средне, низкочастотные. Почему именно эти, а не другие. Рассмотрим детально.

С чего начинать поисковое продвижение

Успех раскрутки – это приближение к ТОПовой выдаче. По мнению специалистов компании Seox https://seo-ukraine.com.ua/ , факторы, влияющие на продвижение сайтов можно выстроить по порядку их важности:

- Этап подготовки. Грамотно созданный ресурс – дополнительный балл к повышению в выдаче.
- Возраст ресурса. Если Гугл не считает важным этот пункт и молодые ресурсы могут с первых минут быть в верхней позиции, то Яндекс очень придирчиво относится к молодости веб-сайта, пропускает «старичков» к кормушке, а молодежь держит на расстоянии.
- Профессионализм мастеров сео, бюджетные вложения в рекламу, PR.
- Имя бренда и его имидж.

Нулевой этап – чистка и коррекция ошибок. А они есть, даже на раскрученных порталах.

Азы поискового продвижения интернет-магазина

- Этап рождения. Создается правильная структура всех разделов сайта. Ошибки часто встречаются не только в сео0наполнении и оптимизации, особенно у новичков, а в самом сердце ресурса – в технической части. Начало разработки – выбор соответствующей платформы. Идеальной и оптимизированной под интернет-магазины считается OpenCart.
- Юзабилити-оптимизация при проектировании. Поисковое продвижение без комфортной для клиента навигации – выброс времени и средств. Делать нужно с учетом желаний клиента. Непременно комфорта, тепла, и доброжелательности. А сделать все это – стать успешным. Да, иногда даже от вида виртуальной корзины или от навигации поиска товара зависит желание купить или быстро покинуть магазин, даже, если цены терпимые.
- Оптимизация виртуального магазина ничем не отличается от оптимизации любого ресурса. Описания товара должны быть не просто полными, а уникальными и с ключевыми словами. Описание не должно быть большим, но чрезмерная краткость тоже не выход. Посетитель должен понять основные характеристики товара, рассмотреть его на фото и прочитать подробнее в описании.

- Оплата. Когда решение принято, клиент стал покупателем, сделка может сорваться из-за непредусмотрительности владельца. Он не учел сервис оплаты, не подключил систему оплаты, усложнил оформление покупки.

Создавая интернет-магазин самостоятельно, взвесьте все минусы, а потом плюсы от участия профи.