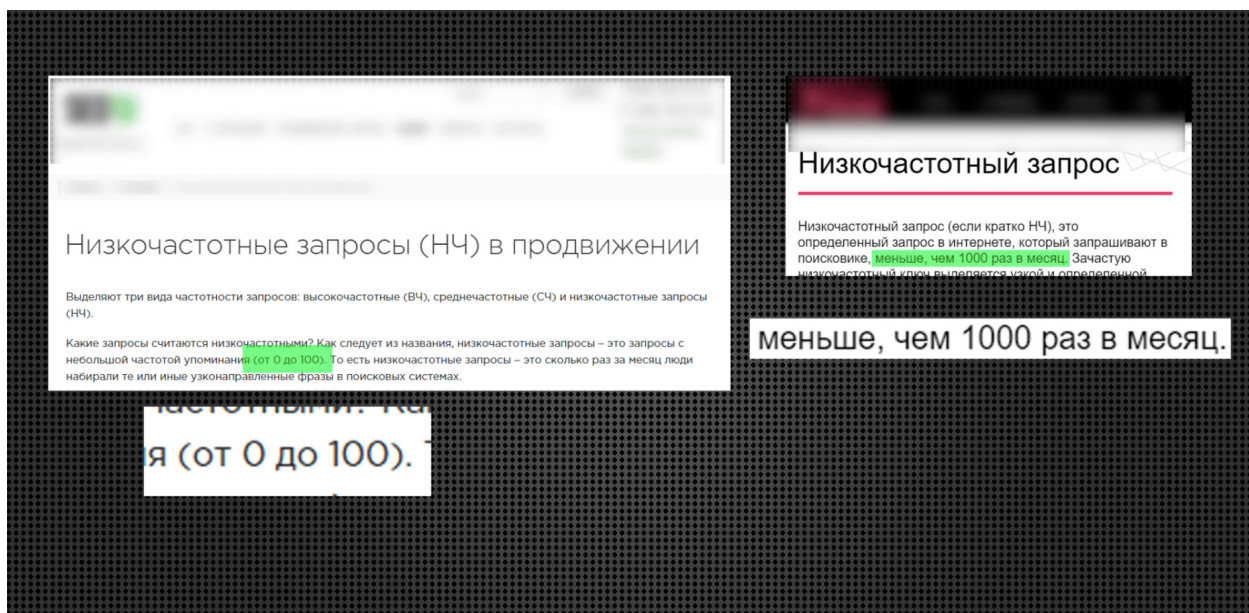


Рассмотрим, какие запросы называются низкочастотными и кому они нужны. Кто-то считает, что это запросы, которые запрашиваются в поисковых системах менее 1000 раз в месяц. Кто-то говорит о том, что это запросы с частотой показов менее 100. Вот настоящие скриншоты с реальных сайтов, которые предлагают услуги по поисковому продвижению.



Все контакты и логотипы специально замылены, чтобы, во-первых, никого не обидеть — каждый привлекает к себе клиентов как может. Во-вторых, чтобы у вас эта информация не отложилась. Не рекомендую обращаться в агентство, в котором на вопрос о низкочастотных запросах объявят определенную цифру. А почему, я чуть позже объясню. Просто запомните, что если кто-то называет вам конкретные цифры по низкочастотным запросам, такому специалисту продвижение своего сайта доверять нежелательно.

Что такое низкочастотный запрос на самом деле? Это запрос в поисковой системе, по которому фиксируется малое количество обращений от пользователей за месяц. Само по себе малое количество — вещь относительная и это очень важно запомнить. Зависит оно от тематики, сезонности и множества других факторов. Не существует фиксированного значения, после которого запрос вдруг начинает считаться низкочастотным, или среднечастотным, или высокочастотным — каждый раз это индивидуально.

Не нужно путать низкочастотные запросы с низкоконкурентными. Низкоконкурентные запросы — это те, по которым есть недостаток конкурентной информации. Такие запросы позволяют сравнительно быстро продвинуться к вершине поисковой выдачи. В первом приближении конкурентность запроса можно оценить по таким признакам:

1. Количество главных страниц в топе выдачи. Например, ввели «НКО», если в десятке на первой странице выдачи вы видите, что в ответ на этот запрос идут одни главные страницы сайтов, а не внутренние, то это высококонкурентный запрос. За очень редким исключением, главная страница сайта — это страница, которая несет больше всего веса. Если главная страница сайта затачивается под какой-то вопрос, значит, он высококонкурентный и по-другому его не пробить.
2. Количество слов в запросе. По умолчанию, чем запрос короче, тем он конкурентнее, потому что одно слово встречается во множестве текстов.

3. Число прямых вхождений запроса в заголовки сниппетов сайта. В поисковой выдаче системы вы видите короткие описания страниц. Сниппет — это заголовок, короткое описание, ссылка. В большинстве случаев, если не во всей десятке первой выдачи, в заголовке встречается этот ключевой запрос. В нашем примере «НКО» — высококонкурентный запрос. Если в заголовке вы видите сниппет, значит, поисковик пытается подобрать аналоги и синонимы, а значит, запрос низкоконкурентный и по нему попасть в первую десятку легко.
4. Количество рекламных блоков. Если рекламы по запросу в поисковике выдается много, значит, людей интересует продвижение по этому запросу — он высококонкурентный. В таком случае сайт пытаются вывести в топ не только рекламой, а еще и оптимизацией в выдаче.

Низкочастотные запросы действительно чаще всего бывают и низкоконкурентными, что делает их привлекательными. Но есть исключения, в основном в узконаправленных нишах, где интересующихся пользователей мало. Поэтому желательно не забывать об этом уточнении — низкочастотный запрос не равен низкоконкурентному. Зная это, вы экономите время, деньги и нервы.

Рассмотрим отдельно так называемые длиннохвостые запросы, они же Long-Tail запросы. Это запрос обычно очень конкретизированный, состоящий из большого количества слов. Например, вместо «купить телефон» — «купить iPhone 8+, 64 Гигабайта, Gold». Длиннохвостый запрос — это очень длинный запрос,

включающий в себя много слов. Стоит обращать внимание: иногда вы можете столкнуться с тем, что Long-Tail запросы называют микронизкочастотными — это неверно. Long-Tail запросы или длиннохвостые запросы и микронизкочастотные запросы — это два абсолютно разных термина. Микронизкочастотный — это запрос, который мало привлекает и может давать 2-3 упоминания в месяц.

Длиннохвостые запросы в том числе могут быть и среднечастотными, и высокочастотными. Банальный пример, известные поговорки или названия фильмов, сериалов, книг, тексты песен. Например, фраза «Без труда не выловишь и рыбку из пруда» — высокочастотная, хотя длинная. Название фильма «Как трусливый Роберт Форд убил Джесси Джеймса» — длинный запрос, но, вероятно, он будет высокочастотным или среднечастотным.

Из-за низкой конкуренции продвигать сайт по низкочастотным ключевым запросам легче и быстрее, чем по высокочастотным. При этом привлекается целевой трафик, так как пользователь заходит на страницу по четко сформулированному запросу. Это тоже важно запомнить, особенно для НКО. Несмотря на то что низкочастотный запрос приводит гораздо меньше трафика, чем один высокочастотный, суммарно вы можете получить больше трафика. Причина достаточно простая — пока кто-то воюет за верхушку поисковой выдачи по высокочастотному запросу и наращивает необходимый вес для этого, вы можете проявиться по множеству низкочастотных запросов, которые в сумме вам принесут столько же или больше трафика. Причем побочным плюсом от оптимизации сайта под продвижение по

низкочастотным запросам будет являться то, что вы, скорее всего, будете конкурировать с сайтами, которые продвигаются белыми методами. Просто потому, что продвигаться под низкочастотные запросы черными методами, в том числе путем топления конкурентов, для большинства невыгодно с финансовой точки зрения. Почему — станет понятно немного позже, на следующих вебинарах.

В первую очередь по низкочастотным запросам стоит продвигаться молодым сайтам, у которых нулевой авторитет перед поисковыми системами, нулевой трафик, и которым нужно начать его получать уже сейчас, а не через месяц, два или три. Сайтам, которые предполагают большое количество контентных страниц, тоже необходимы низкочастотные запросы. При работе с контентом лучше начинать сразу же получать трафик на свои страницы.

Продвижение сайта по низкочастотным запросам трудоемко. Использовать продвижение черными методами невыгодно, потому что если на этом поймают, то поисковики забанят ваш сайт. Одно дело — потратить немного денег и восполнить эти пробелы средствами автоматизации, другое дело, когда вы вложили свой труд и силы, а ваш сайт забанили. Обидно и досадно, поэтому черные методы особо не работают при низкочастотных запросах.

С низкочастотниками приходится работать с большим количеством запросов, но плюс в том, что это дешевле с точки зрения затрат на проведение маркетинговых кампаний для получения внешних входящих ссылок. Итого, продвижение низкочастотными запросами сложно в реализации и занимает много времени. Вам

придется работать с контентом своего сайта, создавать странички, писать тексты под низкочастотные запросы, анализировать структуру своего сайта, делать ее логичной, и еще множество других вещей. О них будем говорить в следующих вебинарах — это будут конкретные чек-листы, списки, по которым вам нужно будет проходиться при подготовке своего контента, но оно того стоит. Продвижение по низкочастотным запросам сложно в реализации, но стоит недорого. Вам не нужно получать большое количество входящих ссылок с других сайтов, договариваться с веб-мастерами о том, чтобы они вешали рекламу у себя, запускать большие линкогенерящие и трафикогенерирующие маркетинговые кампании для привлечения. В большинстве случаев достаточно будет той работы, которую вы со своим сайтом будете делать.

Работайте сами, привлекайте активистов и тратьте меньше денег. Третье — позволяет получить первый прирост трафика быстрее. Пока вы будете дотягиваться до высокочастотных, высококонкурентных запросов, пока вы не попадете в топ, вы ничего не получите. При работе с низкочастотными запросами можно гораздо быстрее попасть в топы и начать понемногу получать трафик.

Продвижение по низкочастотным запросам гарантирует вам стабильное увеличение трафика. Каждая новая страничка, которую вы будете создавать, будет приводить новых пользователей и попутно увеличивать релевантность сайта по высокочастотным запросам. То есть, продвигаясь по низкочастотным запросам, вы, на самом деле, автоматически наращиваете массу, необходимую для того, чтобы



продвинуться уже по высокочастотным запросам. С течением времени все будет само получаться, но все это время вы не будете сидеть на бобах, а будете получать низкочастотный трафик.