OPTI
MIZA
TION

Светлана Гусева, Яндекс Практикум

Как сделать классный **SEO-**блог, который будет продавать

Давайте знакомиться

Я **Content Product Manager,** издатель блога в Яндекс Практикуме**,** главред в **IT-Agency**

Запускаю контент-маркетинг в компаниях**,** настраиваю процессы и консультирую**,** помогаю нанимать классных контентных специалистов**.**

Веду канал про контент как продукт**.**

В прошлом**: Carrot quest, SKILLBOX, Foxford,** ГК Аплана

О чем поговорим

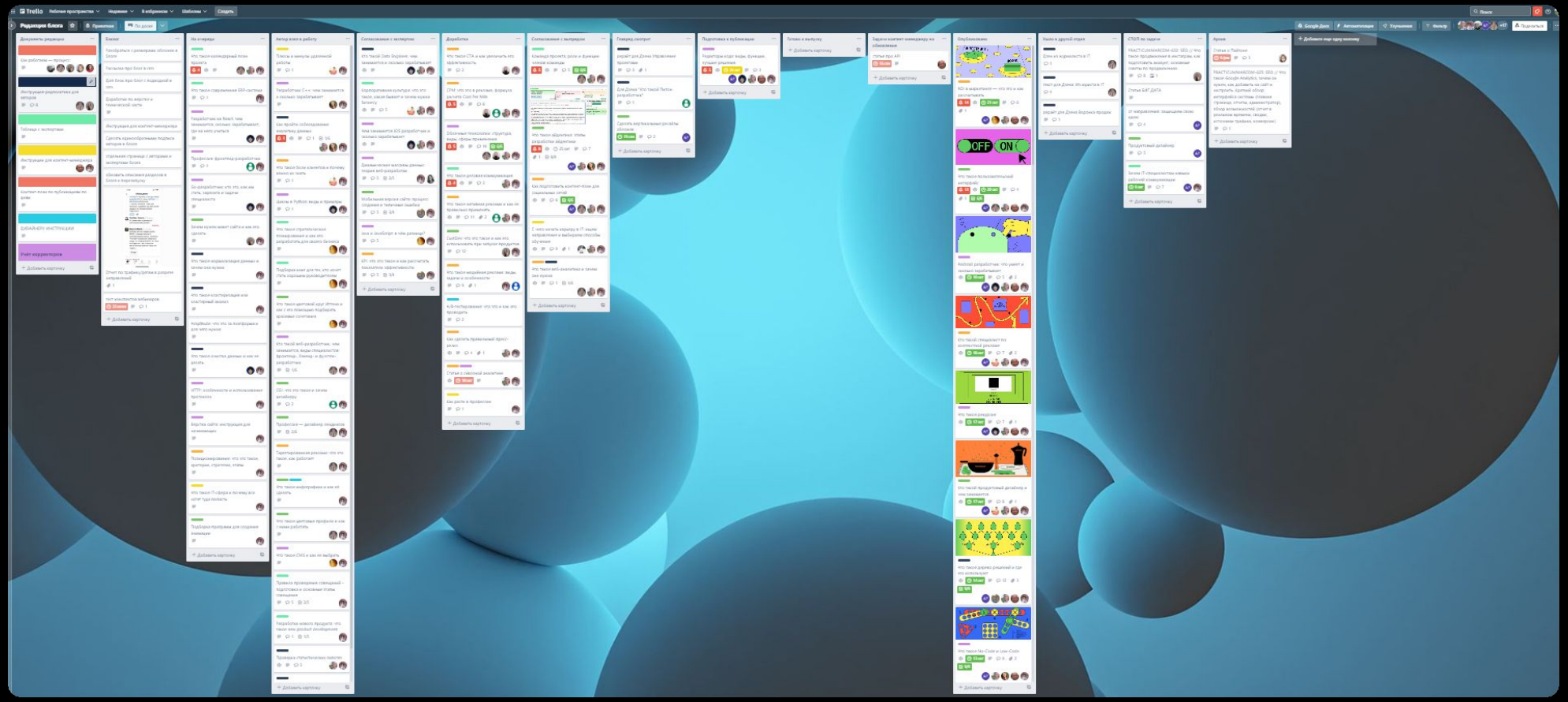
- С чего начинался блог Практикума
- Особенности контент-продакшена, когда заказчик — команда SEO
- Как оценивать эффективность
- Работа с гипотезами и дистрибуция

«У нас оставалось **4** месяца и **60** ненаписанных статей для проверки окупаемости блога»

Или как начинался блог Практикума

Почему важно, чтобы на проекте был издатель

Чтобы всё случилось.



Ограничения

Статьи должны выходить быстро

и в фиксированном количестве

Статьи должны соответствовать техническому заданию на **99%** (но быть полезными для читателя)

— структура

— ключевые слова

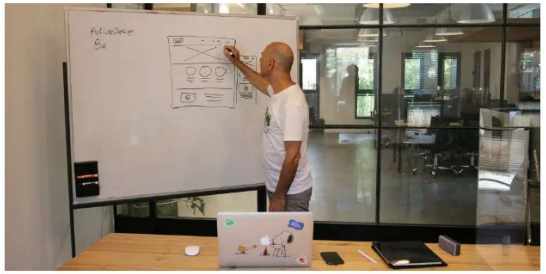
— объём

— требования к иллюстрациям

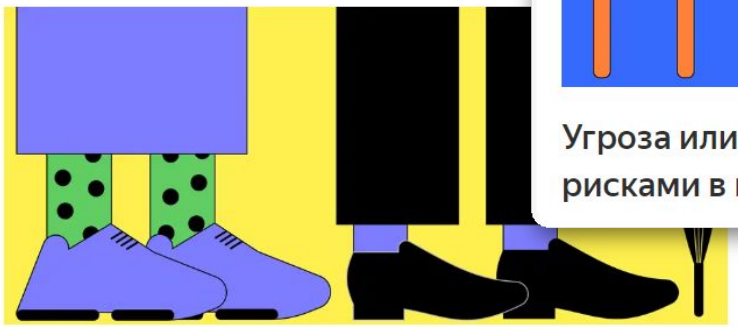
МЫ СМОГЛИ

Графический дизайнер: чем занимается, какие навыки нужны и как им стать

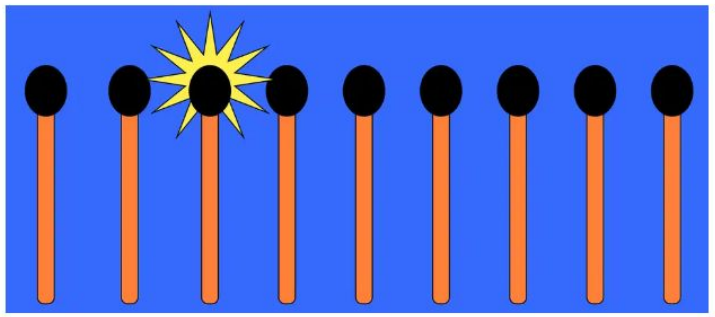
Как создать бренд: этапы и частые ошибки



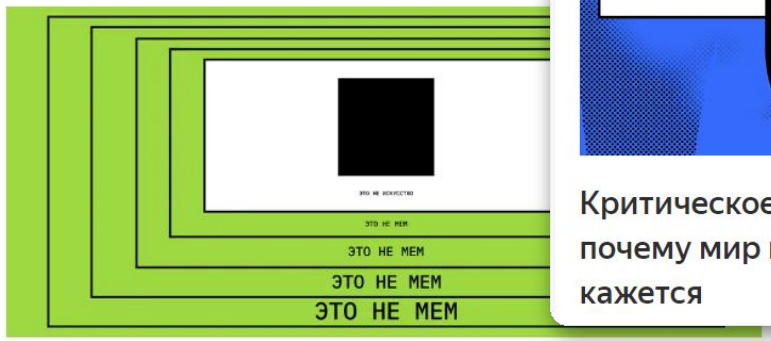
Кто такой дизайнер интерфейсов и как им стать, чтобы менять мир



Шутить или не шутить: зачем бизнесу tone of voice и как его создать



Угроза или возможность: как работать с рисками в проектах



Что такое рекурсия в программировании и почему про неё постоянно шутят

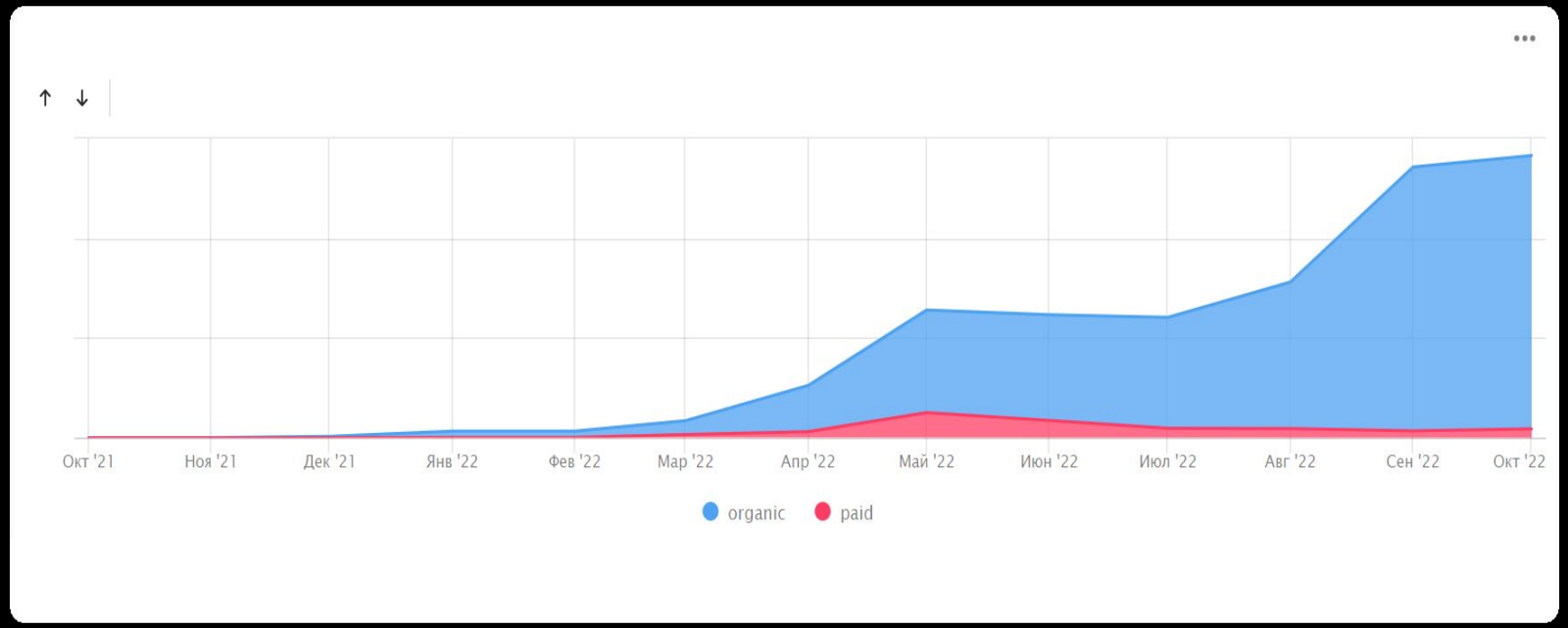
Критическое мышление руководителя: почему мир не такой определенный, как кажется

Запуск – в октябре 2021

С марта по июнь публиковали по 15 материалов в месяц.

Самоокупаемость блога – с мая!

С июля – по 25 материалов в месяц.



Как оценить эффективность блога

Прогноз от трафика

G	H	I	J	K	L	M	N	O	P
Месяц	**Написано всего**	**Дают трафик**	**Напишем в следующем месяце**	**Дадут трафик**	**Примерный трафик**	**Регистрации планово**	**Первые темы планово**	**Оплаты планово**	**Сезонность**
март	34		14						100,00%
апрель	48		18						100,00%
май	66		11						95,00%
июнь	77		25						90,00%
июль	102		25						90,00%
август	127		25						85,00%
сентябрь	152		25						100,00%
октябрь	177		25						115,00%
ноябрь	202		25						130,00%
декабрь	227		25						115,00%
янв	252		25						90,00%
фев	277		25						85,00%
март	302		25						100,00%
апрель	327		25						100,00%

Отчёт, который собирают seo-специалисты, чтобы спрогнозировать рост показателей блога на год вперёд. В еженедельных и ежемесячных отчётах сверяемся с изначальным прогнозом.

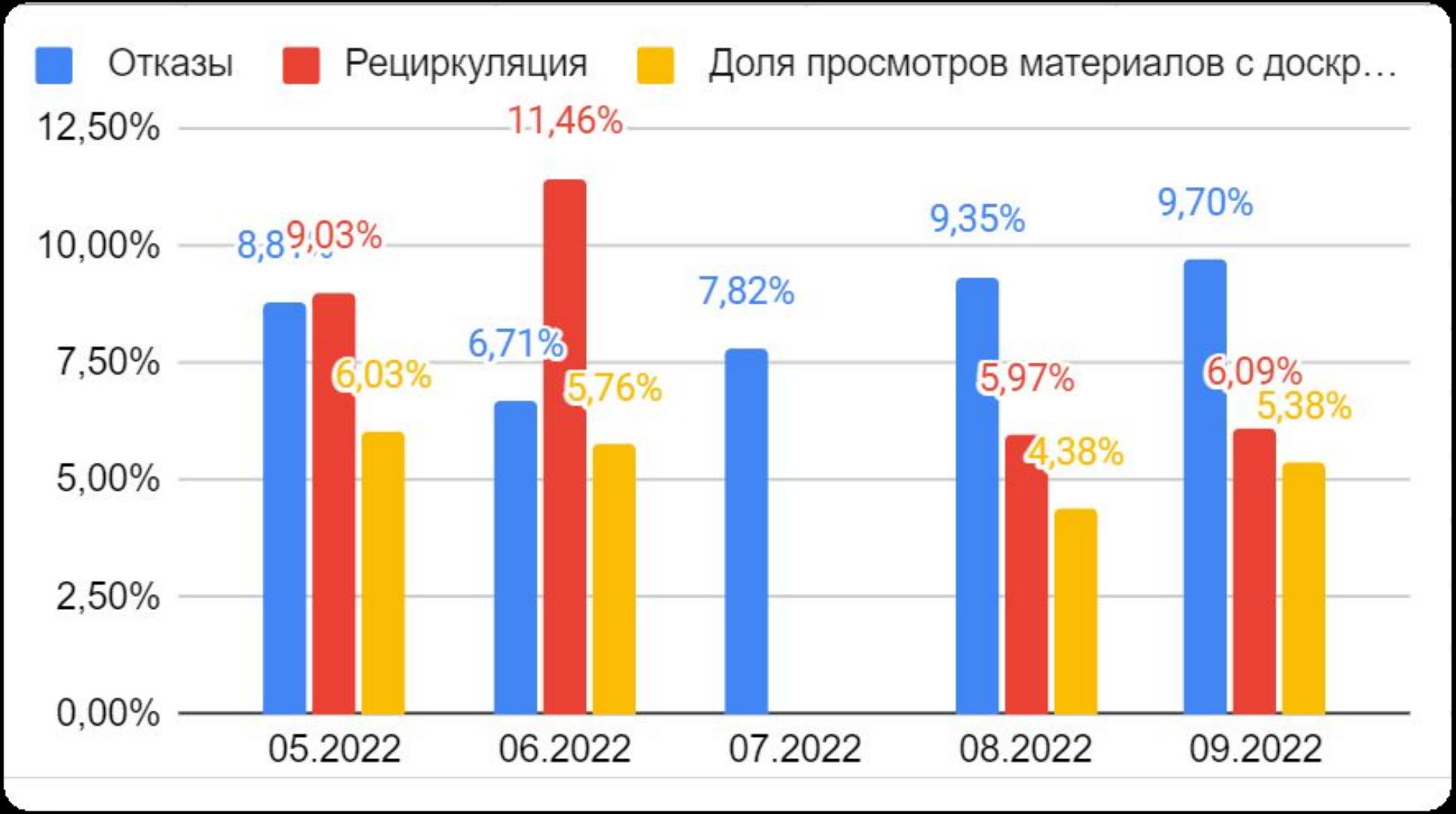
Сквозная аналитика

Распределение регистраций по статьям блога

↑ ↓ / month

month	Количество визитов	CR (% из визита в подписку)	Количество уникальных подписок	% Подписка -> Оплата	Количество прошедших первый урок	% Подписка -> Первый урок	Количество прошедших первую тему	% Первый урок -> Первая тема	Число окончивших триал	% Окончание триала -> Оплата	Количество уникальных оплат	Bookings
01-2022												
02-2022												
03-2022												
04-2022												
05-2022												
06-2022												
07-2022												
08-2022												
09-2022												
10-2022												
12-2021												

Метрики вовлечения

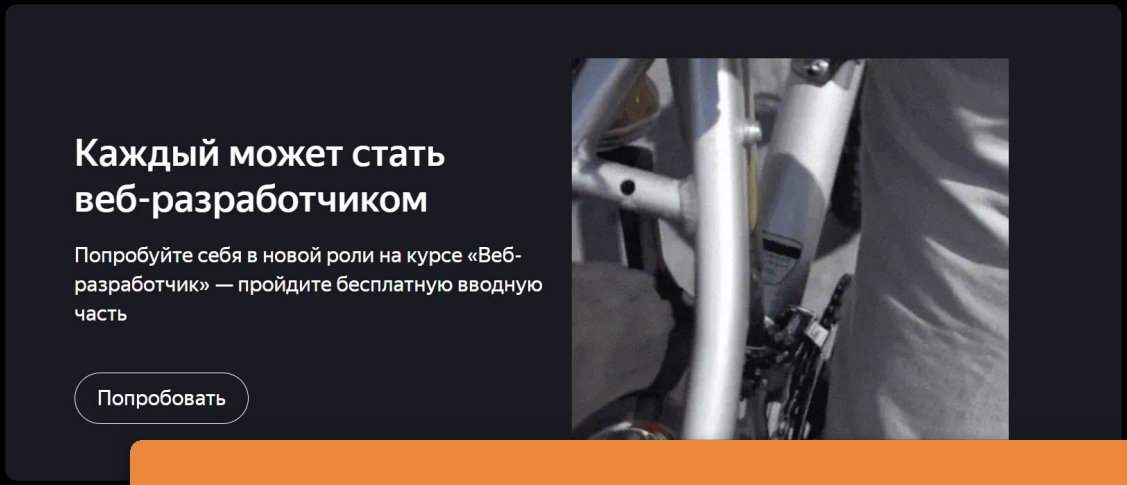


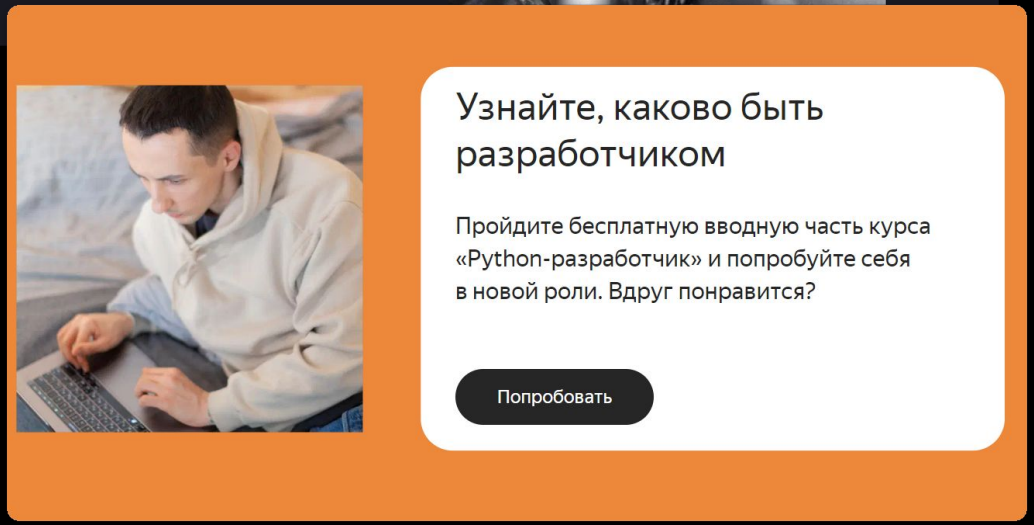
Метрики вовлечения

Метрики вовлечения

Гипотезы для работы с конверсией

- CTA
- Вёрстка
- Форматы контента
- Фичи





Фреймворк **ICE Score** для приоритизации

гипотеза	Действие	Метрика	Ожидаемый эффект	трудозатраты
	Что нужно сделать, чтобы проверить гипотезу?	На какую метрику повлияет изменение?	увеличение конверсии в регу на столько процентных пунктов	
изменение дизайна баннеров курсов	сделать несколько дизайнов баннеров на курсы, чтобы отрабатывать баннерную слепоту	конверсия в регу	0,30%	2
Тегирование	Протегать каждую статью по нескольким категориям. Охват запросов по широким категориям (отдельные страницы под запросы с тегами, типа "статьи про интернет-маркетинг", "инструменты дизайнера")	позиции блога по неохваченным запросам, рост трафика+рост глубины просмотра	чтобы точно просчитать %, нужно собирать маски запросов. ориентировочно не очень большой рост 1-3%	4

Дистрибуция

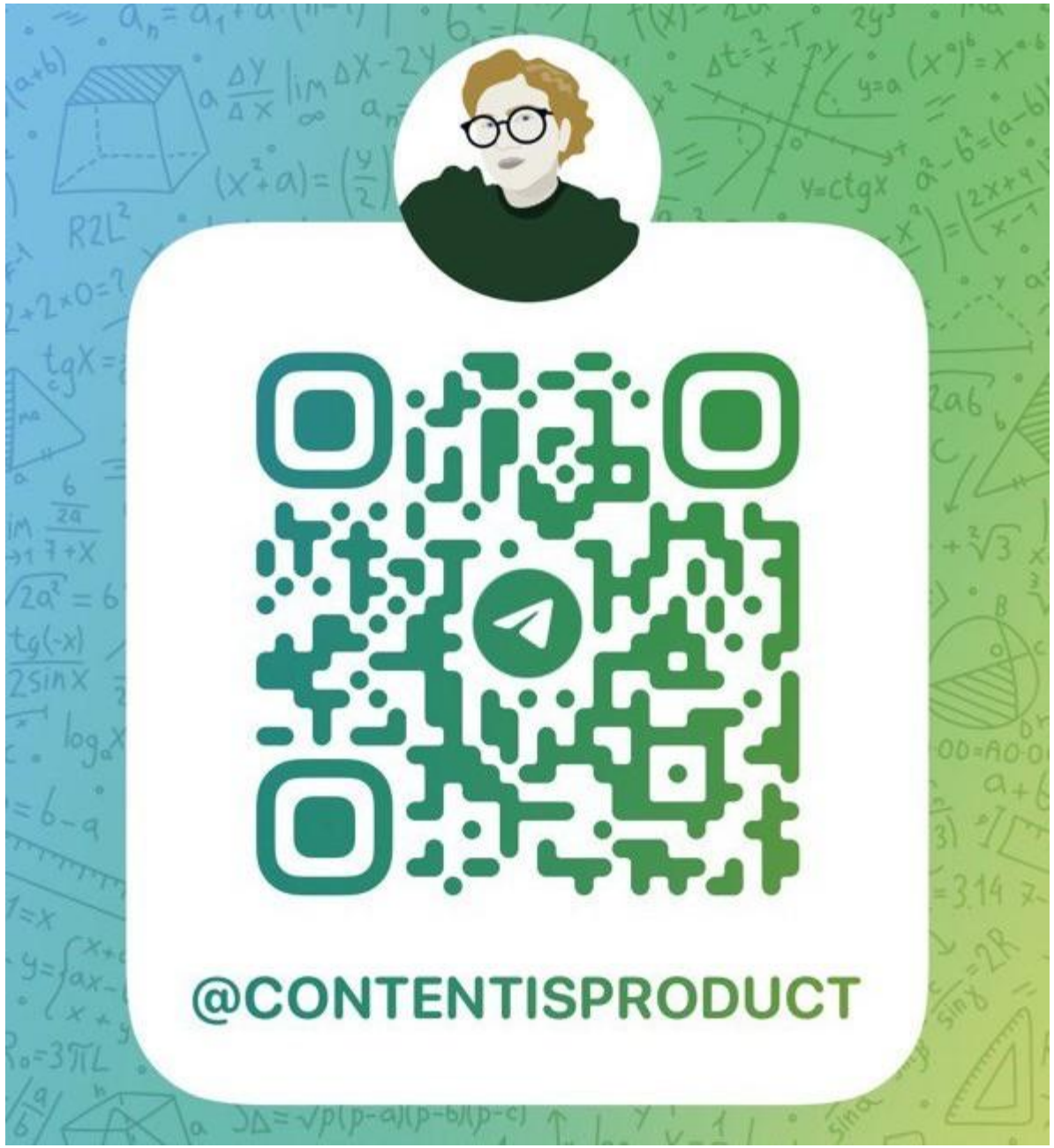
— Повышать эффективность;

— Поскорее показать поисковикам статью, чтобы на неё пошёл трафик;

— Делать ретаргетинг на теплых читателей блога с целью дожима до покупки.

Блог — это про деньги

Спасибо!

Телеграм: **@guseva_s**

Фейсбук:
https://www.facebook.com/svetlana.right