



Кейс **more.tv** и **Digital Strategy**

Как синхронизировать
развитие продукта и SEO
и вдвое увеличить
органический трафик

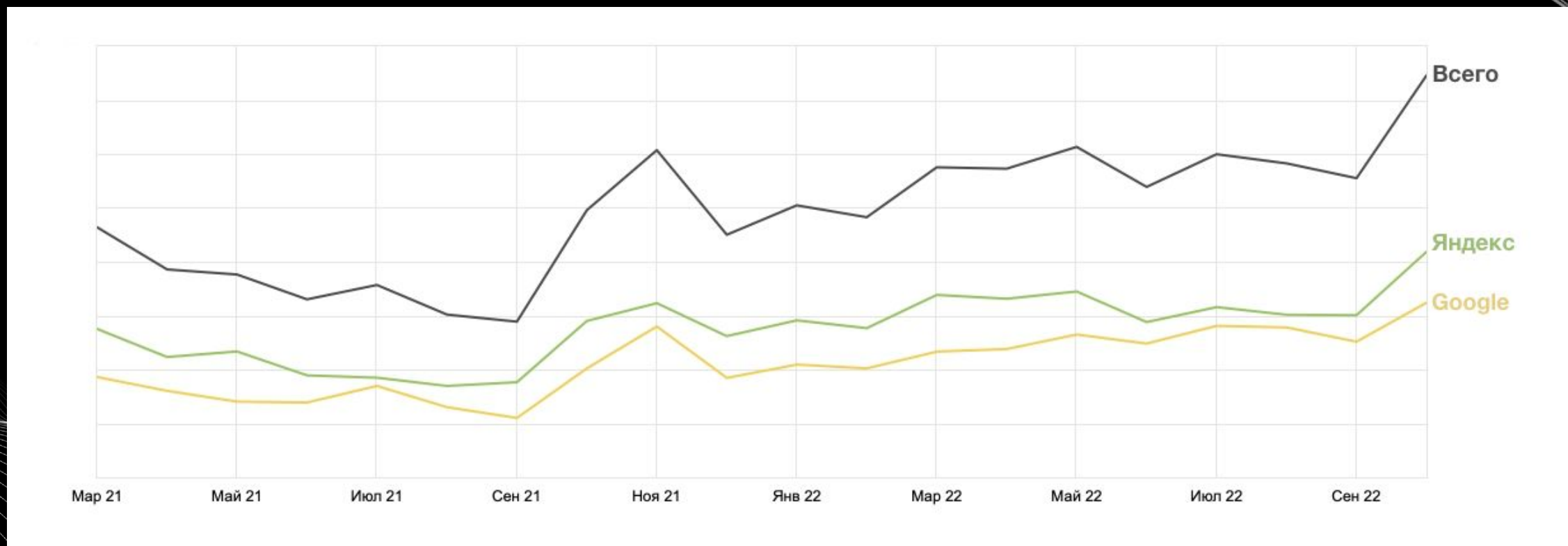


Проблематика

1. Как “подружить” планы продукта и SEO-команды, чтобы увеличивать трафик и не тормозить внедрение фич?
2. Как включиться SEO-команде в уже рабочий процесс и завоевать доверие?
3. Как повысить приоритетность SEO-задач и не писать ТЗ в стол?

К чему это может привести

Увеличили трафик в 2 раза, остановили негативный тренд



Елена Панина

Специалист по маркетингу отдела по дистрибуции цифровых медиа в more.tv

Менеджер направления по SEO-оптимизации more.tv с 2019 года.



Онлайн-сервис с собственными оригинальными проектами more originals, а также российским и зарубежным видеоконтентом.

Основан в 2019 году, по итогам 2021 года вошел в список крупнейших онлайн-кинотеатров и продолжает развиваться как один из лидеров рынка видеостриминга России.

Лев Гайворонский

В SEO с 2013 года.

Руководитель отдела SEO в Digital Strategy.

Занимаюсь продвижением крупных сайтов, контролирую качество работы, общаюсь с продуктовыми клиентами.

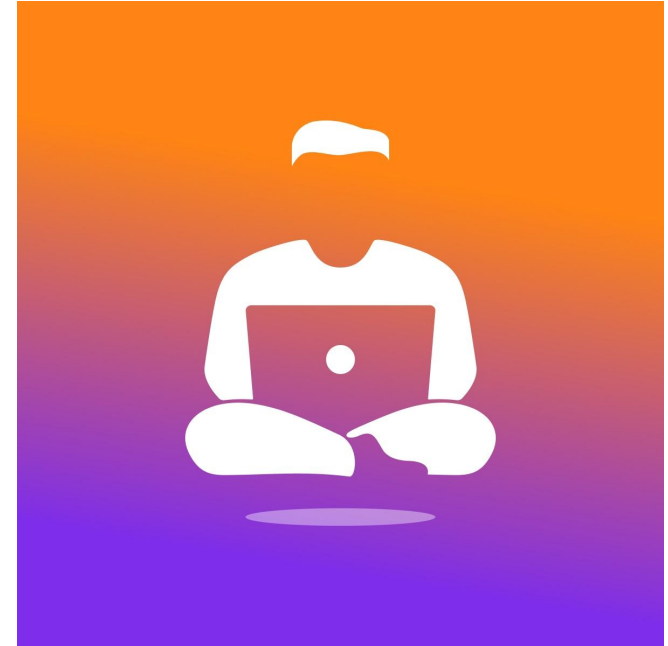
За время работы продвигал как крупные продуктовые проекты (недвижимость, e-commerce, онлайн кинотеатры), так и небольшие сайты (услуги/магазины).



Digital Strategy

Бутиковое агентство, в котором мы постарались сохранить инхаус-подход в работе → удаленный SEO-отдел в Agile-парадигме.

Адаптировались под условия рынка и выстроили конструктор SEO-процессов, для того, чтобы выжать максимум пользы из ограниченных ресурсов.

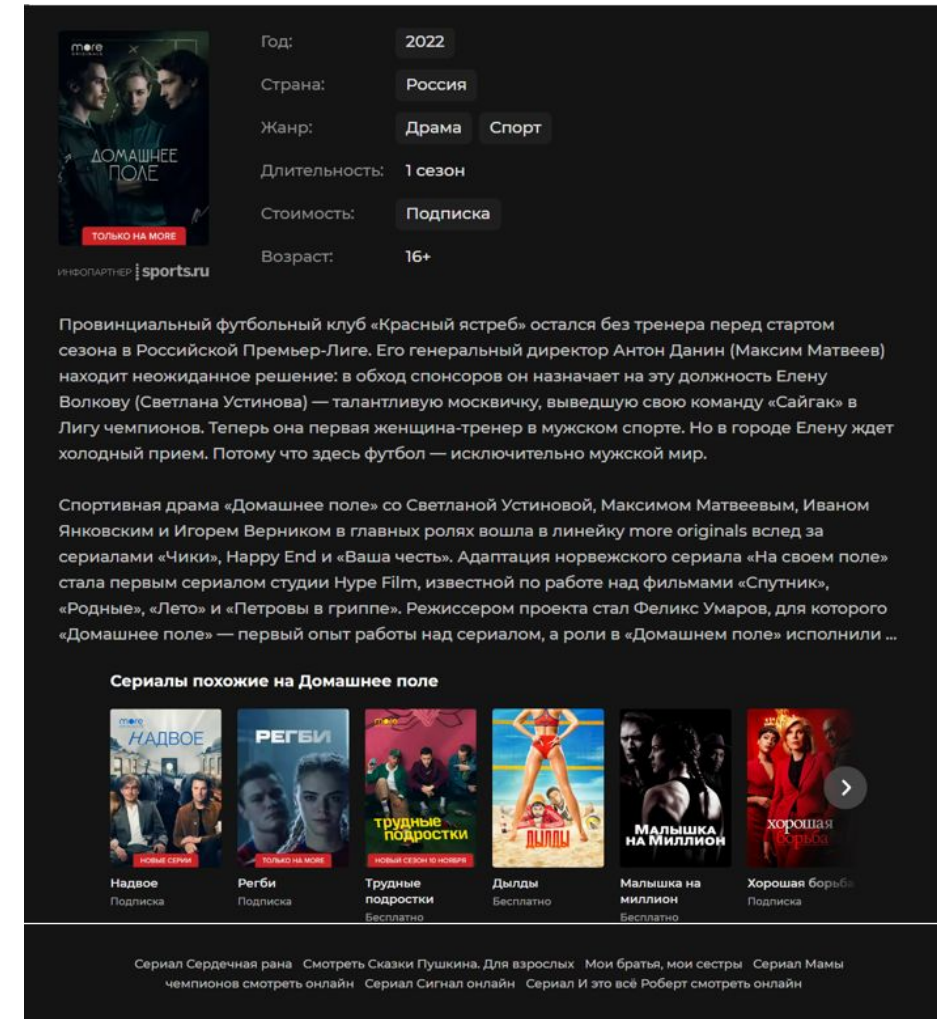
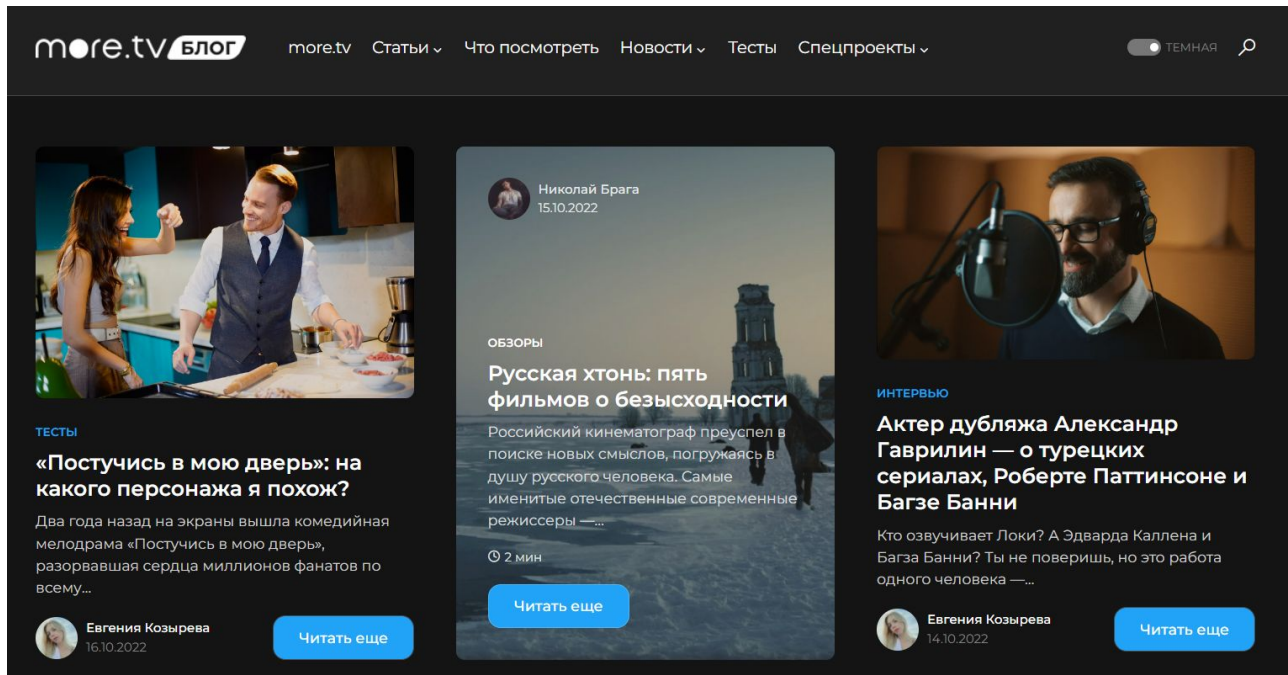


Приоритеты продукта и гибкие процессы

- Проект **динамичен** и часто меняет направление развития;
- Классическое “размеренное” SEO – **не работает**;
- **В результате** – поиск новых точек роста, перераспределение ресурсов;
- SEO-трафик для more.tv имеет **высокий приоритет** в общей экосистеме дистрибуции;
- **Крайне важна** быстрота реакции и технологическая погруженность не только команды специалистов, но и менеджмента → давать специалистам достаточно ресурсов и свободы для экспериментов, но при этом уберечь от падений и неуправляемого развития.

Примеры точек роста:

- Доработка страниц тайтлов (карточки фильмов / сериалов);
- Релиз раздела блог и выстраивание продакшена;
- Доработка шаблонов страниц категорий.



Интеграция SEO-команды

Обычно: оптимизатор изучает проблемы и описывает решения на десятки страниц. На выходе здоровенный талмуд с задачами (50+), для внедрения которых нужно пройти несколько раундов согласований / обсуждений с продуктом.

Как сделали мы: ознакомились с текущим roadmap'ом more.tv, провели базовый аудит сайта, все проблемы и точки роста разделили по приоритетам.

По задачам 1 приоритета подготовили подробное ТЗ с прогнозом трафика, по остальным задачам – концепт в MVP формате.

К чему это привело: ресурс SEO-команды сфокусирован на приоритетных для бизнеса задачах.

По итогу: задачи продукта и SEO (1 приоритета) были **синхронизированы** между собой и мы приступили к внедрению. Все остальные SEO задачи отправились в беклог.

Выработали свой ключевой подход к SEO: определяем (приоритетные задачи) и максимально быстро стараемся их протестировать.

Если задача не приносит результат в промежуточных метриках (позиции / трафик / поведенческие) – оперативно **переключаемся** на другие.

Для этого ускорили анализ и проработку ТЗ, используем прогнозирование трафика по каждой задаче в качестве аргумента, оптимизируем содержание ТЗ.

Работа над проектом перешла к **формату**:

1. Список самых эффективных и быстрых по внедрению задач;
2. Определение потенциала (прогнозный трафик);
3. Обсуждение и согласование с командой продукта;
4. Подготовка ТЗ в MVP;
5. Выделение ресурса на разработку и дизайн;
6. Постановка задачи в рамках двухнедельного спринта.

Как мы прогнозируем трафик

1. Анализируем текущую динамику раздела (если уже реализован на сайте), трафик и позиции;
2. Анализируем семантический потенциал (Wordstat);
3. Анализируем динамику конкурентов – их примерный трафик, позиции и ссылочное (Keyso, Topvisor, Ahrefs, Spywords);
4. Анализируем внешние факторы – динамика спроса, сезонность;
5. Прогнозируем суммарный потенциал раздела/задачи, составляем несколько вариантов развития событий – оптимистичный / реалистичный / пессимистичный;
6. Понимаем сроки внедрения и получения результата, накладываем их на тайминги;
7. Если задача объемная – дробим на подзадачи, каждая со своим процентом прироста;
8. Синхронизируемся с клиентом по приоритетам.

Месяц	Октябрь '22	Ноябрь '22	Декабрь '22	Январь '23
Прогнозный трафик	х визитов	х визитов	х визитов	х визитов
Фактический трафик	у визитов			
Задача	Ожидаемый трафик	Ресурс разработки	Статус	Ресурс
Задача 1	х визитов	х часов	Выполнено	Разработка
Задача 2	х визитов	у часов	В работе	Контент

Пример таблицы с прогнозом трафика:

Трафик из поисковых систем	2022													
	сентябрь	октябрь	ноябрь	декабрь	январь	сентябрь	октябрь	ноябрь	декабрь	январь	февраль	март	апрель	май
Естественная динамика трафика без бренда														
Естественная динамика трафика без бренда Яндекс														
Естественная динамика трафика без бренда Google														
Естественная динамика трафика Яндекс														
Естественная динамика трафика Google														
Суммарный трафик Без бренда														
Суммарный трафик Без бренда Яндекс														
Суммарный трафик Без бренда Google														
Суммарный трафик														
Суммарный трафик Яндекс														
Суммарный трафик Google														
Сезонные коэффициенты	1,29	1	0,76	0,58	0,72	1,29	1	0,76	0,58	0,72	0,8	1,24	1,66	2,04
Внедрение задач								Blocker	Blocker	Critical	Critical	Normal	Normal	

Как мы продвигаем тайтлы

Один из основных источников SEO-трафика more.tv – страницы тайтлов (фильмы/сериалы).

3 типа проектов:

- Собственный контент;
- Эксклюзивный контент;
- Другой закупочный контент.

Для каждого типа тайтлов выстроен свой продакшн:

- Работа с собственным и эксклюзивным контентом → максимальный охват аудитории по всем каналам;
- Продвижение остальных проектов → сбор аудитории на дистанции.

Как оптимизируем и создаем новые посадочные страницы под спрос:

- Актуализация семантического ядра, на выходе → список страниц на создание и корректировку;
- Создание новых страниц, точечная оптимизация SEO-элементов и текстов под семантику;
- Доработка шаблонов типовых страниц для категорий и подборок (добавление пользовательских блоков, перелинковок между разделами);
- Работа с поведенческими факторами (CTR на выдаче; отказы, глубина просмотров, время на сайте).

Как оптимизируем существующие тайтлы (работа с текущим каталогом):

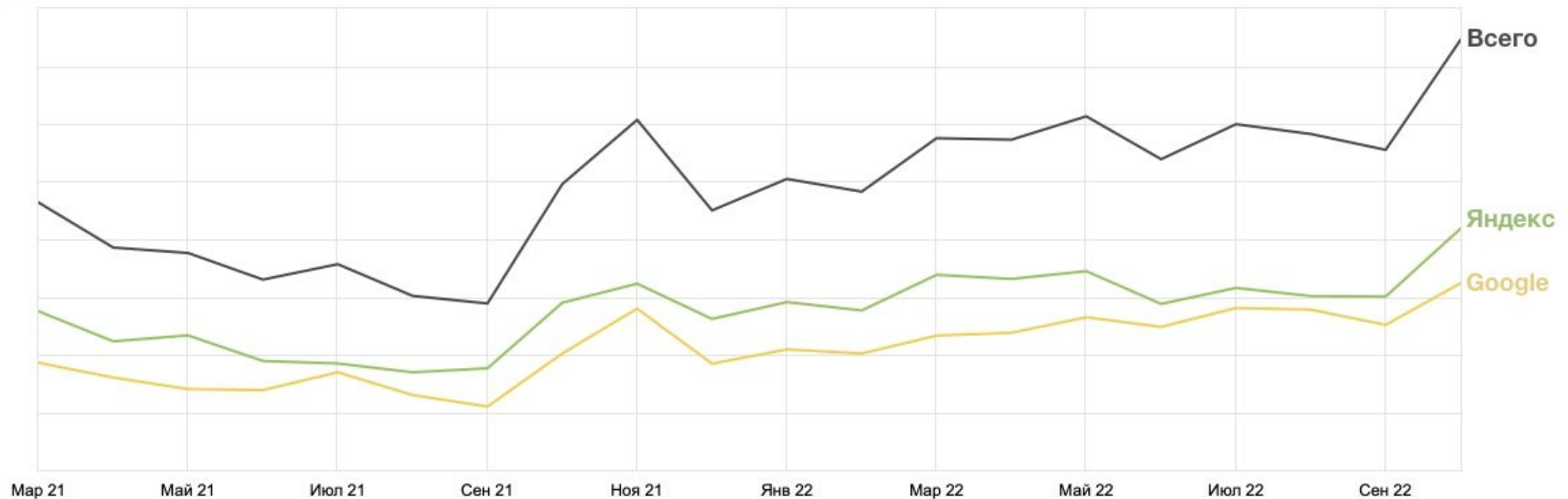
- Текстовая оптимизация;
- Внутренняя перелинковка: добавляем тайтл в общую перелинковку сайта;
- Оптимизация контента на сторонних платформах (Википедия, блог в Яндекс.Дзен);
- Технический мониторинг, жалобы на пиратские сайты в выдаче, перераспределение трафика на другие страницы в случае окончания лицензии.

Пример динамики видимости до и после доступности контента:



Результаты

- За все время работы в 2 раза увеличили SEO-трафик;
- Сократили разрыв в позициях выдачи Google и Яндекса: премьеры more.tv попадают в топ выдачи обоих поисковиков практически одновременно;
- Наладили совместную работу нескольких команд: SEO, продукт, разработка, контент, дизайн



Спасибо!

Контакты:

Елена Панина

+7 917 588-45-77

EUlembekova@more.tv

more.tv

Лев Гайворонский

+7 937 666-99-52

lev.gayvoronskiy@ds.team

ds.team

