# Как раскручивают клиентов при раскрутке сайтов. Три основных способа раскрутки

***Александр Карпов, руководитель открытого проекта*** [***www.cpsites.ru***](http://www.cpsites.ru)***, автор книги «Создание и продвижение сайтов. НЕпрофессионал для Непрофессионалов»,*** [***cpsites@mail.ru***](mailto:cpsites@mail.ru)

|  |  |
| --- | --- |
| sova | При прокладке сети самое главное – это правильная разводка |

*В этой статьей рассказывается об основных методах «раскрутки» клиентов, пытающихся заказать услуги по продвижению сайтов. Тем, кто только планирует заняться продвижением своего сайта, лучше быть в курсе того, на какие уловки можно попасться.*

Сразу нужно оговориться, что я не имею никакого отношения к бизнесу, связанному с раскруткой сайтов. Мой бизнес – это оказание консультационных услуг в различных форматах: консалтинговые проекты, семинары-практикумы, программные продукты, методики, книги и т.д. по таким направлениям как владельческий контроль, стратегическое управление, бизнес-планирование, организационное проектирование, бюджетирование, управленческий и бухгалтерский учет, маркетинг, управление проектами и т.д.

Поэтому данная статья не преследует каких-то скрытых целей прорекламировать определенные продукты/услуги или очернить конкурентов. Цель этой статьи – предостеречь «коллег по несчастью».

К сожалению, я пока не знаю, как правильно подбирать компанию для продвижения сайта, но точно знаю, как не нужно этого делать.

Возможно, мой опыт будет полезным для тех, кто собирается всерьез заняться раскруткой своего сайта с привлечением специализированных компаний.

В начале 2010 года мы решили всерьез заняться продвижением одного из наших сайтов и стали подыскивать компанию, оказывающую соответствующие услуги. Пообщавшись со многими компаниями, я сделал вывод о том, что большинство из них гораздо больше преуспели в раскрутке клиентов, чем в раскрутке сайтов.

Для простоты в этой статье компании, занимающиеся продвижением сайтов, будут называться продвиженцами.

В этой статье я не буду рассказывать о совсем примитивных способов одурачивания клиентов. К тому же я не уверен, что ими кто-то пользуется. Хотя когда я разговаривал с представителем одного продвиженца, то мне пытались «раскрыть глаза» на тот беспредел, который творят их конкуренты.

В общем, основная идея обмана – это вписать в договор какой-то маленький пунктик, который полностью прикрывает задницу продвиженцу. То есть речь идет о том, что клиенты просто настолько тупые, что не могут внимательно прочитать договор. Например, они не могут увидеть в договоре оговорки о том, что сумма может быть изменена или интересующие запросы могут не находится в топе все положенное время.

О таких «интеллектуальных» методах разводки я писать не буду. Я хочу рассказать о тех методах, которые на первый взгляд могут показаться очень логичными и обоснованными. Поэтому, к сожалению, многие заглатывают наживку и тратят деньги и время впустую. Таким образом, в этой статье я опишу несколько «сравнительно честных способов» отъема денег при продвижении сайтов.

### Первый способ раскрутки: ваш сайт – го#но

Уверен на 100% в исходе следующего эксперимента. Если разработку сайта заказать в одной компании (пусть даже самой крутой в этой области), а продвижение этого сайта заказать в другой (пусть тоже в самой крутой), то первое, что скажет вторая компания – ваш сайт нужно полностью переделать, т.к. он кривой, косой, не удовлетворяет требованиям оптимизации и т.д.

Я это уже прошел на своем опыте. Первую версию нашего сайта мы заказывали в компании, занимающейся разработкой сайтов. От всех других компаний-разработчиков (то есть профессионалов в разработке сайтов) я слышал только то, что наш сайт – полнейшая фигня.

Но клиенты и партнеры в основном говорили о том, что сайт очень хорошо структурирован. Когда на него заходишь, можно быстро сориентироваться и понять что и где нужно искать.

Нынешняя версия нашего сайта сделана собственными силами. Естественно, профессионалы его оцениваются также «хорошо» как и раньше.

На самом деле похоже, что эта профессиональная болезнь проявляется во многих сферах деятельности. Например, когда я заказывал производство своих книг в одной из типографий, то возникла такая проблема. Верстку книг делали не сотрудники этой типографии, а другие специалисты.

Так мне стали доказывать, что верстка сделана неправильно. Причем чуть ли не основная претензия заключалась в том, что текст должен был находиться на 2 миллиметра ближе (или дальше, уже не помню) от края страницы.

Любой нормальный читатель даже не обратит на это внимание. Это сможет заметить только профессионал. Причем, как правило, такие профессионалы не входят в число потенциальных читателей. В таком случае возникает вопрос – для кого делается продукт (например, сайт или книга): для потенциальных клиентов или для профессионалов?

Возможно, здесь проявляется и чисто психологический аспект. Когда люди, занимающиеся разработкой сайтов, смотрят на чужую работу, то они изначально настроены на критику.

Поэтому первое к чему нужно быть готовым при обращении к продвиженцам – это к атаке на ваш сайт. На самом деле у такой критики вашего сайта есть две объективные причины. Может быть, есть и больше причин, но я о них не знаю.

Во-первых, есть вероятность того, что вас действительно разведут на разработку нового сайта, а это дополнительный заработок для продвиженцев. А во-вторых, продвиженцы готовят себе отход на север. Ведь если у них не будет получаться, то всегда можно свалить на то, что сайт кривой и его сложно продвигать.

Несколько слов по поводу стоимости разработки сайтов. Многие компании за разработку так называемого сайта-визитки (несколько статических html-страниц) запрашивают 10-15 тыс. руб. Чтобы было понятно. Разработка такого сайта займет у компании примерно час времени. Ну, пару часов максимум. Потому что у них уже есть готовые шаблоны. Неплохой заработок – за пару часов 15 штук.

Есть такие, которые за эту работу вообще берут 50 тыс. и выше. Когда я побывал в офисе одной такой компании, то сразу понял, в чем причина столь «низкой» цены. Их офис занимал целый этаж в крупном торговом центре. Я, конечно, понимаю, что им за такую аренду нужно немалые деньги платить, но я-то здесь причем?

Итак, при обращении к продвиженцам лучше сразу закрыть тему полной переделки сайта. Если же сайта у вас пока нет, тогда лучше заказать разработку у той компании, в которую обращаетесь за продвижением. Некоторые в таком случае скидки дают. Кроме того, при этом им не на кого будет стрелки переводить, если не будет получаться с раскруткой сайта.

### Второй способ раскрутки: раздувание списка запросов

После того как вы решили вопрос с сайтом (оставлять его прежним или переделывать) необходимо определить собственно условия работы по продвижению вашего сайта.

Достаточно часто выбирается схема продвижения сайта по словам, когда заранее согласовывается список ключевых фраз, по которым сайт должен попадать в топ-10 поисковиков.

Вот здесь важно очень внимательно изучить предлагаемую схему работы, точнее говоря обязательства продвиженцев.

Очень распространенная и вполне логичная схема раскрутки клиента выглядит следующим образом. Вам начинают рассказывать о том, что существуют разные запросы с точки зрения продвижения. Есть высокочастотные и низкочастотные запросы.

Как правило, чем больше слов в запросе, тем он более низкочастотный. Это, в общем-то, и понятно. Ведь вряд ли найдется много пользователей поисковых систем, которые наберут абсолютно одинаковые запросы, например, из десяти слов. Это маловероятно. Поэтому чем меньше слов в запросе, тем больше вероятность того, что он будет более высокочастотным.

Частотность запросов вы можете сами проверить, например, с помощью этого сервиса [**adstat.rambler.ru/wrds**](http://adstat.rambler.ru/wrds/). Специалисты говорят, что именно у рамблера самая точная статистика[[1]](#footnote-1).

Так вот, как правило, клиенты выбирают достаточно ограниченный перечень запросов, по которым они (в смысле их сайты) хотели бы оказаться в топе поисковиков. Чаще всего это связано с тем, что этот список объективно является очень небольшим (не более 10-15 запросов). И естественно, все эти запросы являются высокочастотными и высококонкурентными.

После того как продвиженцы получают такой список запросов они говорят примерно следующее. Основной трафик на любой сайт создают именно низкочастотные запросы. Поэтому список запросов нужно существенно расширить.

|  |  |
| --- | --- |
| face1 | Разговаривают два сеошника у могилы заказчика:  – Надо было по низкочастотникам ещё раз попробовать продвинуть.  – И так достаточно.... |

Я не буду спорить с тем, что важно учитывать и низкочастотные запросы. Вполне возможно, что это действительно так.

Но вопрос в том для чего на самом деле продвиженцы предлагают значительно увеличить список поисковых запросов?

Все очень просто. В договоре прописывается пункт, согласно которому они обязуются обеспечивать попадание в топ не менее 70-80 % запросов из согласованного списка. Объяснение вроде как тоже логичное – невозможно гарантировать все 100%.

Не сложно догадаться, что если изначально список запросов сформировать таким образом, что в нем существенную часть (те самые 70-80%) будут составлять именно низкочастотные запросы, то обеспечить выполнение обязательств не составит особого труда.

Немного об основном методе продвижения и его стоимости. Основной метод продвижения, которым пользуются продвиженцы, – это закупка ссылочной массы.

То есть продвиженцы закупают коммерческие ссылки на ваш сайт с более авторитетных сайтов.

Очевидно, что чем ниже частотность и конкурентность запроса, тем меньше нужно потратить денег на закупку коммерческих ссылок.

На самом деле в большинстве случаев вообще никаких ссылок закупать не нужно. Если на вашем сайте есть уникальный текст составленный под низкочастотный запрос, то он без каких-либо затрат будет попадать в топ-10 через какое-то время.

Вот и получается, что продвиженцы берут пусть сравнительно небольшие деньги (15-30 тыс. руб. в месяц), но реально тратят из них «копейки». При этом и свои обязательства они выполняют. Вроде как все по-честному.

Если привлечь десять клиентов, то уже получается 150-300 тыс. руб. чистой прибыли в месяц. В общем-то, неплохо с учетом того, что продвиженцы практически ничего не делают.

На самом деле, конечно же, они могут помочь вам в оптимизации продвигаемых страниц. Но это все-таки разовая работа, а деньги за продвижение вы платите каждый месяц. Причем самое обидное в том, что деньги платятся практически ни за что.

Приведу простой пример с сайтом **www.bud-tech.ru**. По такому запросу как «бюджет доходов и расходов схема» наш сайт попадает в топ-10 яндекса (см. **Рис. 1).**

А при запросе «бюджет доходов и расходов предприятия[[2]](#footnote-2)» только на третью страницу (см. **Рис. 2**).

Видно, что первый запрос более низкочастоный и низкоконкурентный чем второй. При первом запросе нашлось 2 млн. страниц, а при втором 6 млн.

Возникает вопрос: зачем нам платить за продвижение сайта по первому запросу, если он уже и так в топе?

Хочу отметить, что никакие способы продвижения мы для этого не использовали. Мы только разместили уникальный контент на нашем сайте. И все. Нам не сложно было это сделать. Я просто разместил несколько статей, созданных на основе книг (в данном случае использовались книги из серии *«100% практического бюджетирования»*).

Нужно сказать об одном очень негативном моменте, связанном с публикацией на сайте. Не секрет, что далеко не на всех сайтах содержится оригинальный текст. Много одной и той же информации (статьи, новости и т.д.) публикуется на разных сайтах.

К сожалению, бывают случаи плагиата, когда размещается ваша статья на других сайтах без указания автора и без ссылки на ваш сайт.

Чаще всего не выполняется только второе условие. То есть автор указывается, а ссылка на его сайт нет.

Например, моя статья *«Как не наступить на бюджетные грабли»* размещена на многих сайтах. Но ссылку на наш сайт я нашел только на одном сайте.

Как-то раз я столкнулся с тем, что моя статья *«Стратегия компании: от разработки до реализации»* была размещена на сайте одной консалтинговой компании, а в качестве автора был указан сотрудник этой компании.

Правда, когда я увидел, как называется эта компания, то все стало ясно. Дело в том, что эта компания даже свою деятельность начала с воровства.

Они «позаимствовали» название у одной очень известной по всем мире консалтинговой группы.

Таким образом, к сожалению, от плагиата очень сложно защититься.

**Рис. 1. Выдача сайта www.bud-tech.ru в Яндексе при поисковом запросе «бюджет доходов и расходов схема»**



**Рис. 2. Выдача сайта www.bud-tech.ru в Яндексе при поисковом запросе «бюджет доходов и расходов предприятия»**



Но в любом случае нужно помнить, что одним из важных факторов, влияющих на успешность продвижения вашего сайта, является уникальный контент. Поэтому если вы будете просто копировать материалы с других сайтов, то вряд ли сможете добиться успеха в раскрутке вашего сайта.

Итак, при согласовании списка запросов с продвиженцами следите за тем, чтобы в нем были только высокочастотные и высококонкурентные фразы. Потому что по низкочастотникам ваш сайт и так со временем попадет в топ, если на нем будет размещаться уникальный контент.

На самом деле в топ-10 поисковиков можно попасть и по высокочастотным запросам, но только на это уйдет больше времени.

Если же вас будут убеждать в том, что список запросов нужно существенно увеличить, причем именно за счет низкочастотных запросов, но при этом будут гарантировать попадание в топ не более 80% запросов, то, скорее всего, это разводка. С такой компанией лучше не заключать договор.

### Третий способ раскрутки: уравниловка в стоимости разноконкурентных запросов

Третий способ по своей сути очень похож на второй, но он более хитрый. Этот способ действительно очень легко принять за абсолютно честный.

Выглядит он следующим образом. Продвиженцы как и в предыдущем случае уговаривают вас существенно увеличить список запросов, включив в них низкочастотники.

Но они на каждый запрос назначают определенную сумму в месяц. Кроме того в договоре прописывается, что сумма по каждому запросу платится по факту, причем только в том случае, если ваш сайт попадает в топ-10 не менее чем 20 дней в месяц.

Когда смотришь на такие условия, кажется, что уж этот вариант точно абсолютно честный и продвиженцы вас не обманывают.

Но если внимательно посмотреть на стоимость продвижения всех запросов, то можно обнаружить интересную особенность. Частотность и конкурентность некоторых запросов в вашем списке может отличаться на несколько порядков (то есть в 10, 100, 1000 и более раз), а разница в стоимости их продвижения раза в два или того меньше.

То есть это на самом деле абсолютно такая же схема, которая была описана во втором способе раскрутки. Только она очень удачно завуалирована.

Ведь что получается при этой схеме. Вам объявляют примерно такую же сумму как в предыдущем случае, хотя на самом деле, как правило, немного выше.

При этом продвижение по высокочастотным и высококонкурентным запросам оценивается, например, в 700-1000 руб. в месяц, а по низкочастотным и низкоконкурентным запросам – в 300-600.

Естественно, что если низкочастотников гораздо больше, то продвиженец, если он не выполнит обязательства по высокочастотникам, потеряет незначительную сумму. То есть большую часть прописанной в договоре суммы продвиженец получит.

На самом деле он и не будет заниматься продвижением по высокочастотникам. А на продвижение по низкочастотникам уйдут «копейки».

Таким образом, получается такая же схема, как и в описанном выше случае, но выглядит она еще более честной.

Когда я натолкнулся на одну из таких фирм, то решил их проверить и поступил как в одном известном анекдоте.

*Анекдот про бананы*

*Пришел мужик на рынок купить бананов. Выбрал себе большую кисть и поставил на весы. Продавщица объявила сумму – 300 рублей. Мужик отделил значительно большую часть, а ту, что поменьше, оставил на весах. Продавщица сказала, что это будет стоить 250 рублей. На что мужик ответил, что, пожалуй, он за 50 рублей возьмет ту часть, что у него осталась в руках.*

Я решил применить эту «банановую» стратегию, то есть поступил таким же образом. Получив список запросов с их стоимостью, я выбрал только высокочастотники. Сумма получилась в несколько раз меньше, чем первоначальная. Продвиженцы сразу же куда-то пропали и на связь со мной больше не выходили.

Итак, даже самая честная на первый взгляд схема работы на самом деле может оказаться обычной разводкой. Поэтому прежде чем подписать договор внимательно изучайте схему.

Поставьте себя на место продвиженца и задайте себе простой вопрос. Как с помощью этой схемы можно обмануть клиента?

Если не сможете найти ответа на этот вопрос, то, наверное, продвиженец действительно честный. Или просто использует еще более изощренный метод раскрутки клиента ☺.

### Напоследок

В конце еще один совет. На самом деле он всем давно известен, но, тем не менее, не нужно о нем забывать. У многих компаний, занимающихся раскруткой сайтов, на сайтах есть ссылки на своих клиентов.

Поэтому перед тем как заключать договор нужно обязательно попробовать с ними связаться и выяснить остались ли они довольны работой с этой компанией, продолжают ли они с ней работать и т.д.

Как это ни странно, но при попытке связаться с клиентами одной такой компании я с удивлением обнаружил, что большинство отзывов были негативными.

Директор одной компании даже сам позвонил мне (в ответ на мое письмо) и минут десять расписывал «прелести» работы с этими продвиженцами.

Если даже те, кого эта компания поместила на свой сайт, так отрицательно о них отзываются, то что говорить о тех, кого они не размещали.

**P.S.** Если кто-то знает честных продвиженцев, подскажите, пожалуйста, их координаты. А то мы так до сих пор пока не выбрали с кем работать.

На самом деле мы готовы платить за такую работу как закупка ссылок. Мы понимаем, что профессионалы выполнят эту работу гораздо лучше, чем мы. Ведь при покупке ссылок можно не только не продвинуть свой сайт, а наоборот навредить ему. Как говорится «не все йогурты одинаково полезны».

Но никто из продвиженцев не предлагает такую честную схему работы. Большинство начинают надувать щеки и рассказывать о том, какую титаническую работу им приходится проделывать при продвижении сайта.

Вместо этого могли бы честно сказать, что есть два этапа работы. Сначала проводится оптимизация сайта – это разовая работа. А затем уже осуществляется закупка ссылок – это уже делается регулярно.

В некоторых компаниях вообще начинают рассказывать о том, что продвижение – это такая сложная работа, что вообще ничего нельзя гарантировать.

То есть получается, что клиенты должны им регулярно платить деньги, но за эти деньги они вообще ничего не обещают. При этом они даже не говорят о том, как они будут раскручивать сайт. Все это похоже на какое-то шаманское колдовство. Естественно, лично у меня не возникает желания работать с такими колдунами.

Если при выборе компании, оказывающей услуги по продвижению сайтов, у вас будут возникать какие-то сомнения и/или опасения, то вы можете обращаться ко мне за советом по электронному адресу **cpsites@mail.ru**.

Не гарантирую, что смогу всем помочь, но, по крайней мере, попробую это сделать.

1. сейчас нужно ориентироваться на **wordstat.yandex.ru** [↑](#footnote-ref-1)
2. сейчас сайт **www.bud-tech.ru** по более высокочастотному запросу «Бюджет доходов и расходов» находится на **ПЕРВОМ МЕСТЕ** в поисковой выдаче Яндекса и Гугла [↑](#footnote-ref-2)