

Игорь Новицкий



ЗАПИСКИ ИНТЕРНЕТ- МАРКЕТОЛОГА

Часть 1. Введение, сбор ключевых слов,
семантическое ядро

Игорь Новицкий

**Записки интернет-маркетолога.
Часть 1. Введение, сбор ключевых
слов, семантическое ядро**

«Издательские решения»

Новицкий И.

Записки интернет-маркетолога. Часть 1. Введение, сбор ключевых слов, семантическое ядро / И. Новицкий — «Издательские решения»,

ISBN 978-5-44-983048-7

Записки — это старт в мир интернет-маркетинга! Вся серия — это начальный курс раскрутки своего продукта/услуги в интернете. Вся серия — это чек-лист на аудит вашего сайта, а также дополнительный материал после каждой книги: ссылки на программы, инструкции... Итак, первая книга познакомит, как правильно и с чего начать путь в интернете. Вы сможете интегрировать поисковые запросы для своего рода деятельности, и получите знания по сбору семантического ядра. Жду вас!

ISBN 978-5-44-983048-7

© Новицкий И.
© Издательские решения

Записки интернет-маркетолога

Часть 1. Введение, сбор ключевых слов, семантическое ядро

Игорь Новицкий

© Игорь Новицкий, 2021

ISBN 978-5-4498-3048-7 (т. 1)

ISBN 978-5-4498-3049-4

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Содержание:

1. Введение в интернет – маркетинг.
2. С чего начать старт.
3. Семантическое ядро.
4. Обратная связь (контакты автора).

Интернет – великая сила! На сегодняшний день, пожалуй, это один из практичных и действительно доступных инструментов для реализации планов.

Почему я так уверенно утверждаю? Опыт, длиною в одиннадцать лет позволяет мне с уверенностью об этом говорить. Я, Игорь Новицкий, начал продвигаться в интернете еще на заре интернет – маркетинга. В то время, когда он, Его Величество, интернет – маркетинг еще входил в общее понятие «маркетинг». Подумать только, друзья, еще с десятков лет назад даже не было названия специальности интернет – маркетолог. Родоначалники последнего пробовали, искали, ошибались, развивались. С ними развивались и поисковые системы. Мы с коллегами тогда еще во всю пользовались поисковой системой IE (экспловер). Это был самый популярный браузер среди немногочисленных пользователей мировой сети. Почему немногочисленных? Тут все просто: эра интернета и компьютеров только зарождалась. Не было мессенджеров, ох, нет, простите, был. И имя ему, точнее ей, «аська». С ее помощью продвинутые юзеры (пользователи) тех лет отправляли сообщения и ждали выхода в свет новых мессенджеров и поисковиков. И они пришли – эти гиганты всемирной сети. Сейчас уже мало кто пользуется IE и аськой, но у всех на слуху Гугл, Яндекс, Ватсап, Вайбер и так далее. Сегодня каждый, кто прошел курсы «взлет – посадка», как говорят летчики, называет себя специалистом в области рекламы в интернете. Ему всего двадцать лет, а он уже позиционирует себя, как эксперт и самое печальное – берет за это деньги. Курсы и год – два практики не дают право называться интернет – маркетологом. Можно постичь и закрепиться в одном из направлений, к примеру, в контекстной рекламе, но стать профи – никогда. Чтобы им быть, надо прочувствовать все на себе. Совершить ошибки, да, коллеги, не удивляемся, совершить ошибки. Как у каждого хирурга есть свое кладбище, извините за такое сравнение, так и у каждого начинающего интернет – маркетолога есть провальные проекты. Подчеркиваю, слово «начинающего». Когда человек работает в своей области не один год, риск провала минимален. У него есть практика и, не удивляемся, профессиональное чутье. Профи на уровне подсознания знает, как ему сделать, если ситуация начинает выходить из-под контроля. Я не говорю, что не надо обращаться к начинающим специалистам. Все мы, когда – то были начинающими, но стоимость услуг у них должна быть соответствующей их опыту. Не раз

был свидетелем ситуации, когда начинающий специалист позиционирует себя, как профи и просит гонорар, как у профи. Так нельзя. Исполнитель берет ответственность не только за будущую прибыль заказчика, но за вложенные деньги. В последнем случае это более актуально, так как человеку свойственно в большей степени переживать за потерю того, что имеет, чем за будущие прибыли.

К чему я это все говорю вам, коллеги. С сегодняшнего дня мы все коллеги, так как вместе будем идти к вершинам продаж в интернете. Так к чему: хочу, чтобы понимали, с чего и когда начинал ваш покорный слуга, которому вы доверили свои деньги, купив эту и иные книги из серии «Записки интернет – маркетолога».

Итак, время, когда интернет – маркетинг был на «побегушках» у маркетинга прошло безвозвратно. Сейчас он – это отдельное направление в развитии продаж. Кстати, очень действенное, конечно же при правильном подходе. Но для этого мы здесь и собрались, чтобы этот подход был действительно правильным и принес хорошие деньги. Игорь Новицкий, то есть я, в серии книг поделится своим практическим опытом, не только, как раскрутить сайт или иной продукт в интернете, но и примет прямое участие в настройках ваших рекламных компаний, аудите сайта, конкурентной разведке и так далее. То есть мы пройдем весь путь интернет – маркетолога. В конце каждой части книги будет об этом подробно написано. Не будем забегать вперед. Начнем движение к вершинам продаж в интернете прямо сейчас.

С чего начинать старт? Открою секрет: вы уже начали, так как купили мою первую книгу из серии «Записки интернет – маркетолога». Признаю, что книгой можно назвать ее условно. Скорее всего, это брошюра или методический материал, но предлагаю называть ее книгой. Так удобнее. Так вот, мы с вами на старте и «полетим» на машине времени на одиннадцать лет назад, но перенесем все современные новинки и условия работы в то время. На место главного героя поставим меня в качестве вас, коллеги. То есть того человека, который только хочет начать постигать азы продвижения в интернете.

Первое, чтобы я сделал бы, купил хороший ноутбук. Нет денег, взял бы кредит, одолжил, копил, но купил. Ноутбук – это инструмент производства интернет – маркетолога. В каждой профессии есть рабочий инструмент. У слесаря – это напильник, у шахтера – отбойный молоток, у вас – ноутбук. Последний можно брать с собой на переговоры, работать вне дома, показывать заказчикам презентации. Не надо пока тратить деньги на Apple. Купите иную модель, но она должна «летать». В начале своей карьеры я сэкономил на инструменте, в итоге чуть не выкинул компьютер в окно. Образно, конечно выражаюсь. Программы для работы загружались долго, мессенджеры, установленные на ноутбуке, постоянно слетали и так далее. Все это оказывало влияние на производительность. Так я проработал большие года. С первых же приличных доходов я купил классный инструмент.

Вторым моим шагом стала бы запись на курсы SEO. Что такое SEO можно прочесть на просторах интернета. Информации о нем в свободном доступе предостаточно. Вкратце, SEO – это комплекс мер, направленных на продвижение сайта или иного интернет ресурса в условиях органической поисковой выдачи. Что такое поисковая выдача? Это информация в виде блоков, которая появляется, как только пользователь вводит в поисковую строку запрос. Последний, по сути вопрос, ответ на который пользователь ищет на сайте. Поисковые машины обрабатывают вопрос и выдают релевантный ответ. Далее мы обязательно разберем подробнее, что такое поисковой запрос, в чем отличие его от ключевых слов. Так вот появляется информация на поиске. Сразу надо отметить, что в поиске предусмотрено два варианта выдачи по поисковым словам: платный, он же контекстный и бесплатный, он же органический. В первом варианте рекламодатель платит деньги – его сайт в выдаче. Не платит – пропадает. Во втором, сайт занимает позиции с помощью SEO продвижения. Отличить платную выдачу от бесплатной можно по подписи «реклама». Вы ее сразу увидите, как только откроете первую страницу поиска. Кстати, первая страница получила назва-

ние ТОП 10, и она самая желанная для каждого владельца интернет ресурса. Путь в ТОП 10 с помощью инструментов SEO – длительный. Требуется потратить время и деньги, чтобы его занять. Но открою секрет, как только сайт занимает ТОП 10 органической выдачи, выбить его оттуда сложно. Конечно же, если перестать работать над сайтом, не анализировать конкурентов, то падение будет. Но все мы здесь собрались, чтобы завоевать вершину мира в интернете – ТОП 10. Почему я так жестко даю установку на эти цифры – ТОП 10. Почему не ТОП 20, 30, 40. Тут ответ простой. Именно десяточку пользователи интернета просматривают 100%. Даже сейчас уже меньше идет просмотр, где – то до ТОП 5. Так как мобильный поиск наступает. Все больше людей ищут информацию с помощью телефона и не утруждают себя долгими поисками. Поэтому, на момент написания книги я бы поставил вот так цифры, которые увеличивают конверсию: ТОП 5 – ТОП 10. Это и есть наша с вами цель. Итак, запомнили, органическая (бесплатная) выдача и контекстная (платная) – два самых важных «игрока» в поиске.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.