

Малобюджетные способы продвижения сайта

Продвижение сайта дело не дешёвое, но что делать, если бюджета нет? Здесь есть один вариант – выделить время и заняться работами самостоятельно. Только помните, чтобы все сделать правильно, нужно знать хотя бы основы. Итак, давайте разберем главные способы, которые потребуют от вас минимум вложений:

Техническая оптимизация сайта

Это один из самых важных пунктов. Если вы хотите, чтобы сайт продвигался в поисковой выдаче, то рекомендуем разработать семантическое ядро, устранить дубли страниц, оптимизировать title и description, прописать alt к картинкам, найти и устранить битые ссылки, создать XML-карту сайта, сделать семантическую верстку контактов на основе schema.org, настроить robots.txt, Яндекс.Вебмастер и Вебмастер Google.

Проверить, готов ли ваш сайт к продвижению, можно по этому [чек-листу](#). Если сомневаетесь, что сможете все сделать самостоятельно, то рекомендуем [обратиться к специалистам](#).

Регистрация в каталогах и справочниках организаций

Хороший способ получить естественные ссылки на свой ресурс. Достаточно просто зарегистрировать свою компанию в справочниках и каталогах. Единственный момент, который стоит учитывать – выбирать тематические площадки для размещения информации. В противном случае, вы просто не получите никакого эффекта.

Если у вас нет времени, чтобы отобрать площадки для размещения, то можем предложить услугу «[Регистрация в каталогах и справочниках](#)». В своей базе мы собрали только качественные площадки.

К слову, регистрация в каталогах и справочниках поможет улучшить видимость сайта в поисковиках по 50–150 запросам. Так что не стоит пренебрегать этим методом.

Собственный блог

Этот способ кажется неочевидным, но тем не менее блог – это отличный инструмент для получения дополнительного трафика на свой ресурс. Главное преимущество блога – он помогает расширить семантическое ядро, и тем самым ваш сайт будет находить по статьям.

Хотите, чтобы блог работал на 100% и продавал? Стоит обратить внимание на качество статей. Публикуйте только качественные материалы, которые будут полезны для ваших потенциальных клиентов. Если не знаете, на какие темы писать, то спросите у своей Службы поддержки, о чем чаще всего спрашивают клиенты, загляните в Яндекс.Вордстат или посмотрите, о чем пишут конкуренты. Все это поможет вам составить контент-план на месяц.

Помните, что от статьи не будет никакого толку, если она не оптимизирована. Поэтому прописывайте title, description, alt, расставьте теги <H1>-<H3> и подберите ключи (среднечастотные и низкочастотные).

О том, с чего начать развитие коммерческого блога, читайте [здесь](#).

Посевы на сторонних ресурсах

Это могут быть форумы, блоги, тематические площадки. Посевы – хороший способ получить ссылки на свой ресурс + есть возможность дополнительно прорекламирровать свою компанию. Только не нужно писать «купите тут», следует действительно помогать людям советом. Во-первых, это будет дополнительным плюсом в карму, а во-вторых, не вызовет негодования у других участников беседы.

Поэтому прежде, чем оставить свой комментарий, влейтесь в диалог и станьте «своим» человеком. Только после этого можно делать скрытую рекламу своего продукта.

Как правильно делать посевы на сторонних ресурсах и какие при этом могут быть подводные камни, читайте [тут](#).

Размещение статей на сторонних площадках

Дополнительный трафик вы можете получить при размещении статей в тематических СМИ. Единственный момент – не все редакторы готовы взять материалы на не коммерческой основе. Поэтому прежде, чем предложить свою статью для публикации, поработайте над материалом: подберите актуальную тему, напишите интересный материал, вычитайте текст.

Также важно, чтобы площадка имела хорошую посещаемость и аудитории была интересна ваша ниша. Кроме того, не последнюю роли играет вовлеченность читателей – оставляют ли комментарии, расшаривают ли материал в своих соцсетях. В противном случае, вы можете получить не тот эффект, на который рассчитывали.

Социальные сети

Распространенная ошибка многих компаний при ведении соцсетей – непостоянная работа с площадкой. Поэтому прежде, чем идти в социальные сети, подумайте, зачем вам это нужно и какой результат может принести. Только после этого создавайте свое представительство.

Рекомендуем особое внимание уделить оформлению сообщества в соцсетях: аватар, обложка, описание, статус, темы обсуждений. Тоже самое касается и Instagram: аватар, название аккаунта, ник, BIO, актуальное.

Но в любом случае ваша работа будет бессмысленной, если у вас нет интересного контента, который был бы полезен подписчикам. Поэтому составляйте каждый месяц контент-план, где будет прописано: время выхода поста, его направленность (промо-пост, информационный, направленный на вовлеченность, развлекательный) и источник, где взять информацию для написания контента.

К слову, мы можем помочь вам оформить свое представительство в соцсетях и составить контентный план на месяц на основе конкурентов. Подробнее [тут](#).

Сотрудничество с другими компаниями

Сотрудничество – неплохой способ получить новых клиентов и заметно увеличить свою аудиторию. Выбирайте в качестве партнеров компании, которые работают с вами в смежной области, и ваша аудитория частично пересекается. Но чтобы заинтересовать клиентов партнера, потребуется интересное предложение. Поэтому будьте готовы, что обычные скидки могут не подействовать. Лучше подготовить персональное предложение, которое точно зацепит внимание.

С партнерами можно работать в нескольких форматах: email-маркетинг, проведение совместных акций, обмен статьями в блогах, обмен бонусами и т.д.

Хотя все перечисленные способы и требуют минимум вложений, но вы потратите много времени и сил. Поэтому лучше взвесить, стоит ли они таких усилий или проще и выгоднее отдать работу специалистам.

Все это кажется сложным и невыполнимым?

Вы всегда можете обратиться за помощью [к нам](#).

+7 (499) 504-41-69 – Москва

8 (800) 500-89-91 – бесплатный для регионов
ПН-ПТ с 4:00 до 17:00 по МСК

Наши специалисты консультируют бесплатно:



Михаил



Андрей



Полина



Антон