SEO Marketplace

Як стати ТОП1 в EdTech



Захода Олександр

- 2017-2020 seo Kabanchik.ua
- 2020-now team lead BUKI
- Focus on marketplace
- GEO UA,PL,KZ,ES,MX,US,NG,Ro

Roadmap:

01

Що таке маркетплейси. Які типи бувають

02

Роль SEO в бізнес моделі маркетплейсу

03

Переваги/недоліки маркетплейсів з точки зору SEO

04

Основні фактори ранжування

05

On-page

06

Off-page

01

Що таке маркетплейси

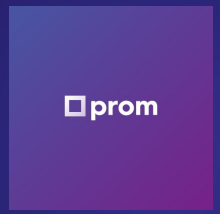
Маркетплейс

“це платформа, яка об'єднує продавців і покупців товарів або послуг та надає інфраструктуру (відгуки, платежі, комунікацію) для здійснення транзакцій”

Українські маркетплейси



















Які маркетплейси бувають



За типом учасників

- P2P
- B2C
- B2B



За кількістю сторін

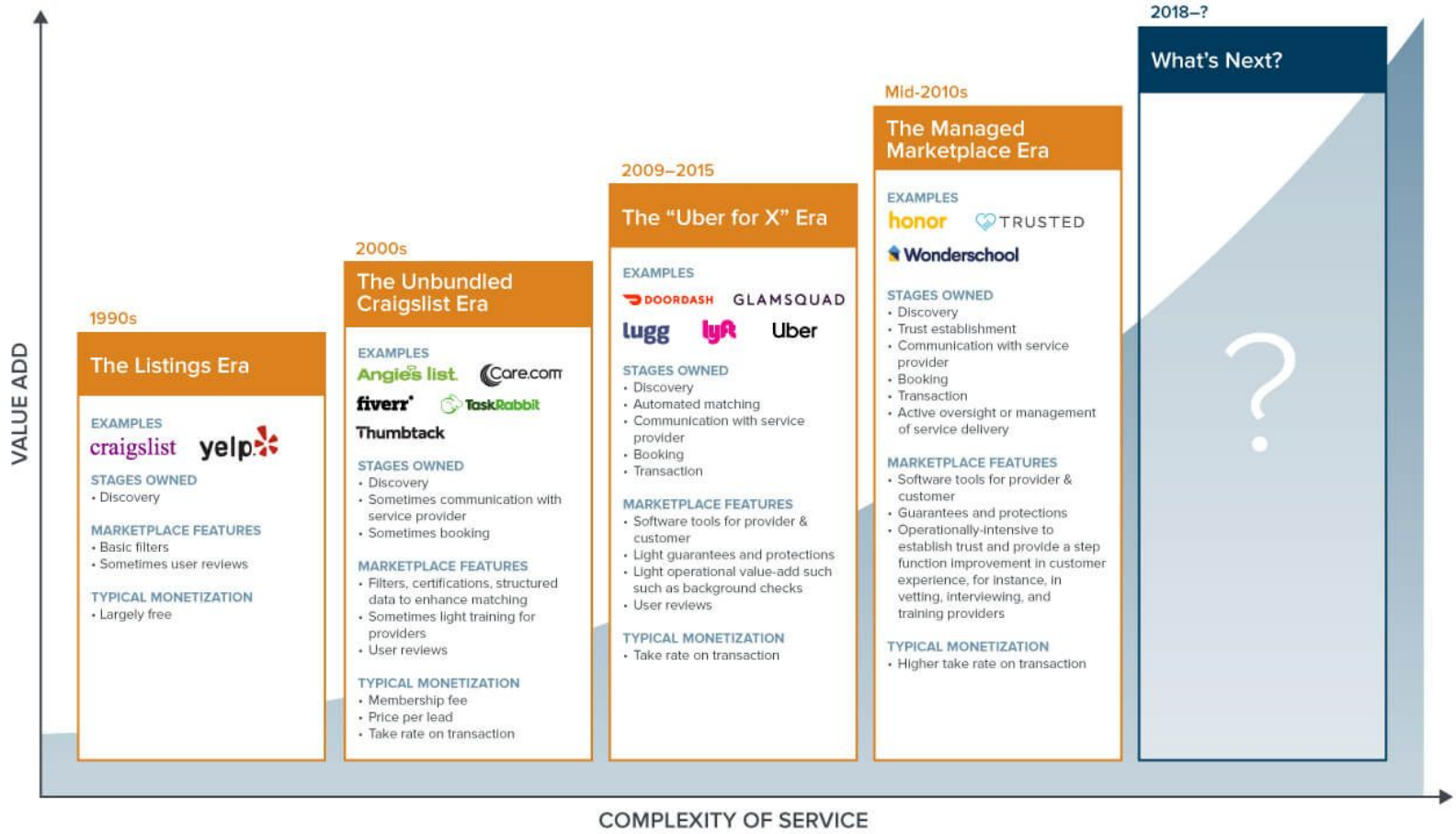
2-сторонні
3-сторонні



За доступом

відкриті
закриті

Evolution of Services Marketplaces













community

activities
artists
childcare
classes
events
general
groups
local news
lost+found
missed connections
musicians
pets
politics
rants & raves
rideshare
volunteers

services

automotive
beauty
cell/mobile
computer
creative
cycle
event
farm+garden
financial
health/well
household
labor/move
legal
lessons
marine
pet
real estate
skilled trade
sm biz ads
travel/vac
write/ed/tran

discussion forums

apple
arts
atheist
autos
beauty
bikes
celebs
comp
cosmos
diet
divorce
dying
eco
feedbk
film
fixit
food
frugal
gaming
garden
haiku
help
history
housing
jobs
jokes
legal
manners
marriage
money
music
open
parent
pets
philos
photo
politics
psych
recover
religion
rofo
science
spirit
sports
super
tax
travel
tv
vegan
words
writing

housing

apts / housing
housing swap
housing wanted
office / commercial
parking / storage
real estate for sale
rooms / shared
rooms wanted
sublets / temporary
vacation rentals





for sale

antiques
appliances
arts+crafts
atv/utv/sno
auto parts
aviation
baby+kid
barter
beauty+hlth
bike parts
bikes
boat parts
boats
books
business
cars+trucks
cds/dvd/vhs
cell phones
clothes+acc
collectibles
computer parts
computers
electronics
farm+garden
free
furniture
garage sale
general
heavy equip
household
jewelry
materials
motorcycle parts
motorcycles
music instr
photo+video
rvs+camp
sporting
tickets
tools
toys+games
trailers
video gaming
wanted
wheels+tires



jobs

accounting+finance
admin / office
arch / engineering
art / media / design
biotech / science
business / mgmt
customer service
education
etc / misc
food / bev / hosp
general labor
government
human resources
legal / paralegal
manufacturing
marketing / pr / ad
medical / health
nonprofit sector
real estate
retail / wholesale
sales / biz dev
salon / spa / fitness
security
skilled trade / craft
software / qa / dba
systems / network
technical support
transport
tv / film / video
web / info design
writing / editing

gigs

computer
creative
crew
domestic
event
labor
talent
writing

resumes







02

Яка роль SEO в бізнес моделі маркетплейсу

Порівняння SEO з іншими каналами

	SEO	SMM	PPC	CPA
Вартість	Відносно безкоштовна	Відносно недорогий	Залежить від бюджету та стратегії	Залежить від бюджету та стратегії
Час до результатів	6-12 місяців до початкових результатів	1-3 місяці до початкових результатів	Результати одразу	Результати одразу
Контроль	Спочатку високий	Середній	Високий	Високий
Якість трафіку	Як правило, висока	Як правило, висока	Висока	Висока
Залежність від бренду	Нижче середньої	Висока	Нижче середньої	Нижче середньої

Коли запускати інші канали:

01

Інвестуємо в SEO

02

Робимо SEO стабільним джерелом лідів

03

Інвестуємо в SMM

04

Шукаємо дешевий трафік в PPC

05

Збільшуємо витрати на PPC та інвестуємо в бренд

06

Підключаємо CPA та партнерства

03

Переваги/недолік и маркетплейсів з точки зору SEO

Переваги

Багато сторінок/категорій	У вас є більше можливостей покрити пошукові запити
UGC	Користувачі генерують контент, потрібно тільки правильно налаштувати процес модерації
Спільні зусилля/магніт посилань	Юзери зацікавленні в просуванні свого сайтів/сторінки на маркетплейсі
Відгуки	Позитивні відгуки на сайті про товар продавця може позитивно впливати на seo та бренд маркетплейсу
Масштабованість	Додати +1 розділ не складно, за рахунок комплексу факторів, продвинути його буде простіше

Недоліки

Багато сторінок/категорій	Наявність великої кількості неякісних сторінок може негативно вплинути на seo
Магніт посилань	Якщо юзер буде накручувати посилання на свій магазин/сайт, це може негативно вплинути на маркетплейс
Відгуки	Негативні відгуки про магазин/юзера, можуть негативно вплинути на бренд та seo сайту

04

Основні фактори ранжування

Основні фактори ранжування

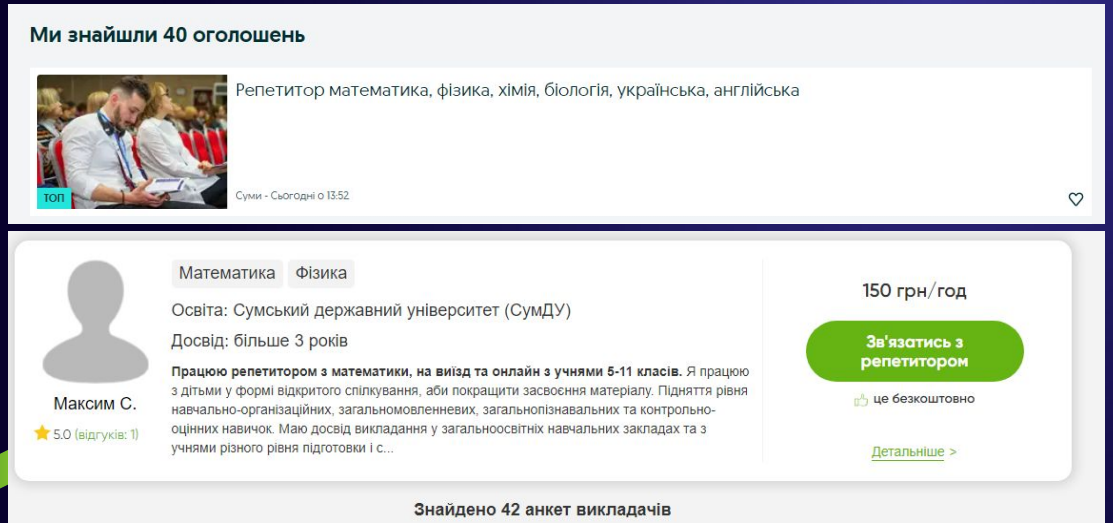
1) Загальна якість сайту/лістінгу
2) Кількість користувачів/товарних пропозицій
3) Кількість сторінок
4) Популярність бренду
5) Відгуки
6) Кількість вхідних посилань
7) Домен (вік, ключ)
8) Мікророзмітка

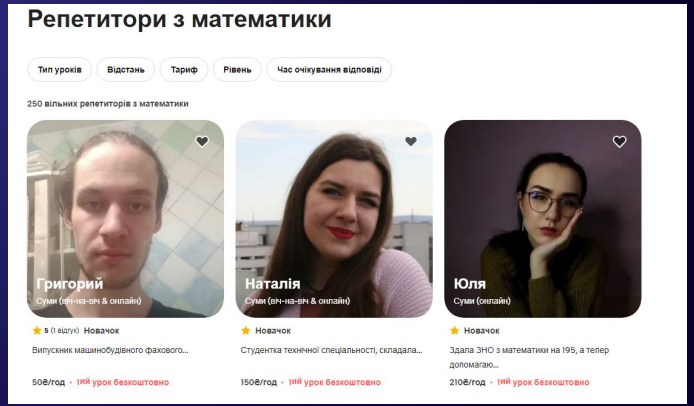
Загальна якість сайту



Кількість користувачів

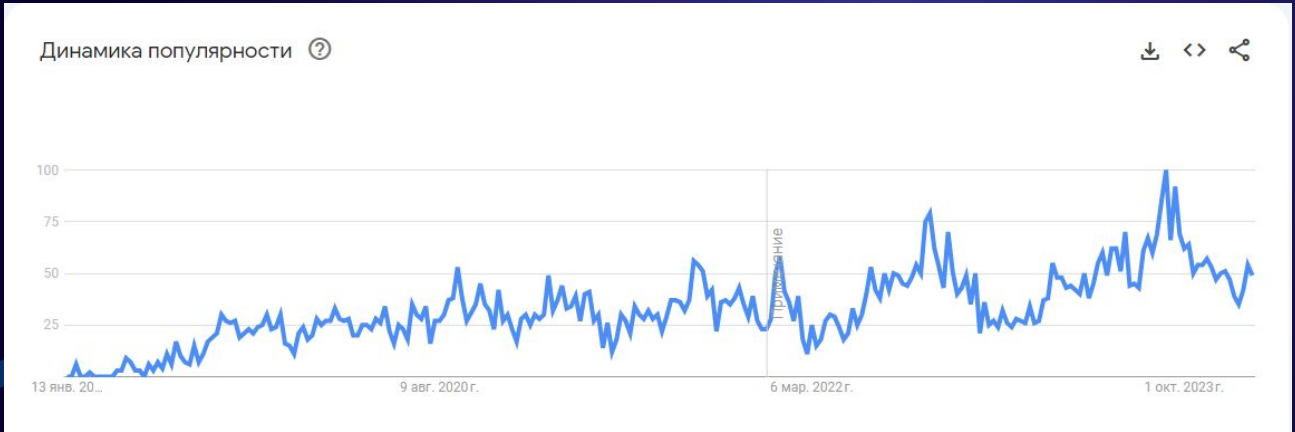
1. Має бути на рівні з “ринком”
2. “200 і 500” краще чим “13 і 100”
3. Основна проблема “курки чи яйця”
4. Юзери можуть “випадати” з каталогу
5. По можливості, залишайте на каталозі “продані/неактивні” товари, тестуйте.





Популярність бренду

1. На перших етапах активно використовуйте лінкбілдинг для прокачки бренду
2. Знайдіть де сидить ваша аудиторія та інвестуйте туди
3. Станьте “маркером” ринку
4. Не забувайте про інфо статті



Відгуки

1. Опрацьовуйте відгуки на платформах:
   - GMB
   - каталоги сайтів
   - “отзовіках”
   - pr статті про вас
   - відгуки про компанію на сайтах роботи/dou
2. Прокачайте сторінку відгуків на сайті
3. Спрямовуйте задоволених користувачів на сайти відгуків
4. Беріть відео фідбек від юзерів

Трафікогенеруючі сторінки



Пошук нових сторінок

1. Перегляньте поточне дерево категорій. Можливо варто виділити новий розділ
2. Рісьорч конкурентів
3. Перегляньте запити з консолі
4. Максимально спрощуйте генерацію нових розділів
5. Знайдіть баланс між кількістю сторінок та “**Сторінку просканована, але поки що не проіндексовано**”

Індексація

1. Якщо у вас більше 100к сторінок, вони всі не проіндексуються
2. Покращуйте перелінковку
3. Фіксіть всі помилки
4. Перевіряйте чи не канібалізуються важливі сторінки
5. Перевіряйте трафік нових сторінок, особливо після масової генерації (через 3-6 міс)
6. Тестуйте noindex та canonical

Рівні підготовки

Підготовка до ЗНО	Підготовка до ДПА (9 клас)
10-11-й класи	5-6-й класи
7-9-й класи	Молодші класи 1-4
Підготовка до школи	

За районами міста

Голосіївський	Дарницький
Дніпровський	Святошинський
Солом'янський	Позняки
Троєщина	Оболонь
Виноградар	Академмістечко
Борщагівка	Софіївська Борщагівка

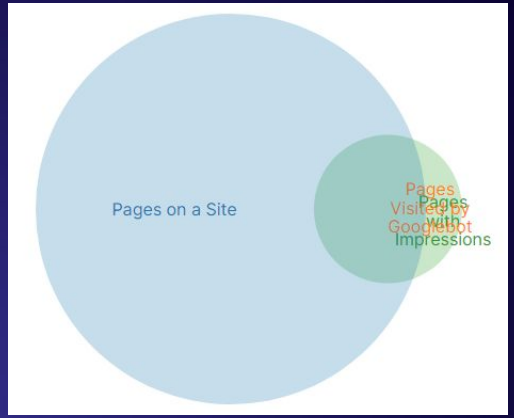
Інші міста

Харків	Одеса
Дніпро	Львів
Запоріжжя	Херсон
Вінниця	Миколаїв
Біла Церква	Бровари
Бориспіль	Фастів
Ірпінь	Вишневе

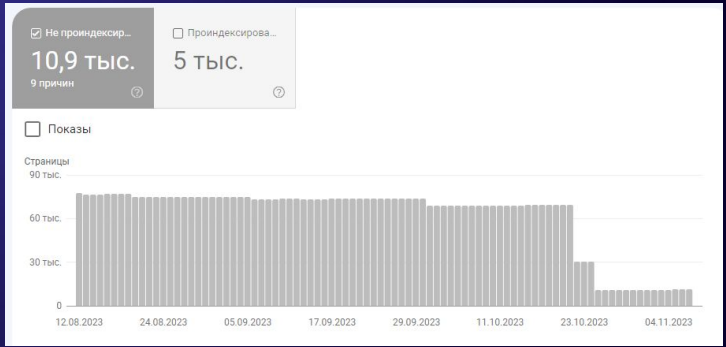
Типи сторінок	% від 41+	% від 1-40	% від загального	Сторінка з трафіком	Сторінок без трафіку
Предмет + місто	56,98	26,48	50,08	2747	1874
Предмет + місто + район	11,10	34,14	16,31	5561	47885 (із них 948 пагінація)
Головна категорії	16,61	1,08	13,10	139	50 (із них 46 пагінація)
Місто	7,21	6,83	7,13	499	251 (із них 118 пагінація)
Предмет + місто + рівень	1,86	20,97	6,19	4854	27416 (із них 220 пагінація)
Предмет + рівень	5,65	2,02	4,83	241	359 (із них 221 пагінація)
Сама головна сторінка	0,34	0,00	0,26		
Предмет + місто + рівень + район	0,00	4,37	0,99	1555	72358 (із них 4397 пагінація)
місто + район	0,24	4,12	1,11	661	3718 (із них 2806 пагінація)
Всього					

Логи

1. Що там можна побачити?
2. Сервіси для аналізу:
   - самий зручний Jetoctopus
   - самий технологічний Kibana
   - самий популярний Screaming Frog Log File Analyser







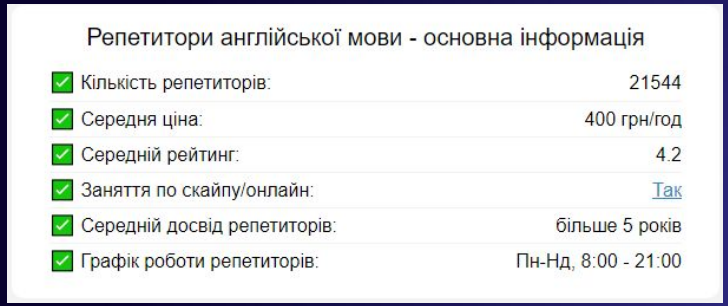
05

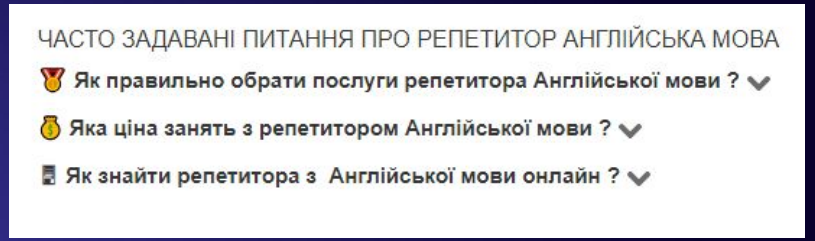
On-page

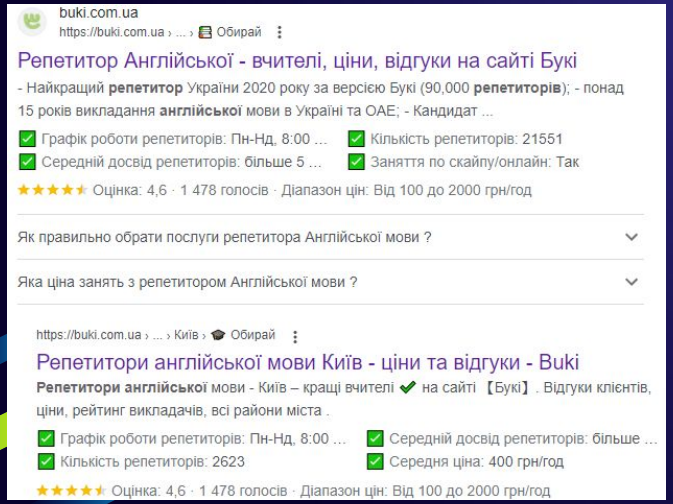
Покращення лістінга

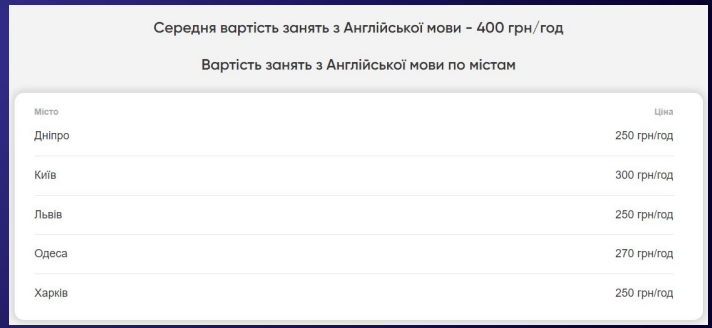
1) Дослідіть ваших конкурентів/як виглядає їх лістінг
   - Структура
   - Кількість елементів
   - Блоки
2) Що обов'язково має бути на сторінці
   - Юзери/товари
   - Фільтри/сортування
   - Навігація
   - Відгуки
   - Чому ви
3) Тестуйте
   - Збільшість кількість елементів на 1 сторінці
   - A/B тести
   - Доповнюйте елементами з інших розділів

Покращення лістінга



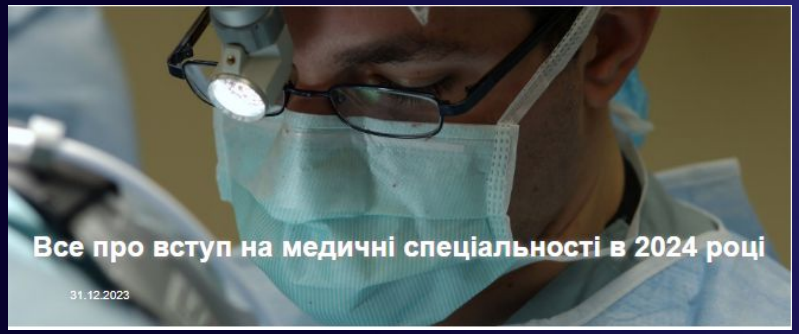






Не забувайте про інформаційку

1) Експертність в інфо запитах допоможе прокачати бренд
2) Створіть **evergreen** статті та постійно їх оновлюйте
3) Шукайте експертів серед своєї аудиторії
4) Використовуйте інфо статті в **smm, email,** на комерційних сторінках
5) Працюйте над конверсією інфо сторінок





7 письмових висловлювань для IELTS і TOEFL

Маркіян Т.

Рейтинг: ★★★★★

Відгуки клієнтів 62

Детальніше»

Всі блоги користувача

У сьогоднішній статті ми розглянемо способи висловлення своєї думки. Ця стаття дуже корисна для тих, хто складатиме іспит IELTS або TOEFL, а також для тих, хто хоче стати кращим оратором або кращим письменником.

Спочатку ми розглянемо деякі поширені вирази, які ми використовуємо, щоб висловити свою думку, і ми розглянемо способи посилення цих виразів, щоб зробити їх сильнішими та показати, що ми дуже сильно або не дуже відчуваємо щось.

Ось найпоширеніший спосіб висловити думку:

- ***I think…*** **«Я вважаю...»** Проблема полягає в тому, що студенти зловживають фразою *I think…* Під час здачі TOEFL або IELTS, проблема з використанням *I think…* полягає в тому, що ви отримаєте нижчу оцінку через її зловживання, оскільки вона вважається базовим використанням англійської мови. Тому, щоб отримати вищу оцінку або якщо ви просто зацікавлені в тому, щоб стати кращим оратором чи письменником, існує список деяких виразів, які допоможуть вам висловити свою думку.

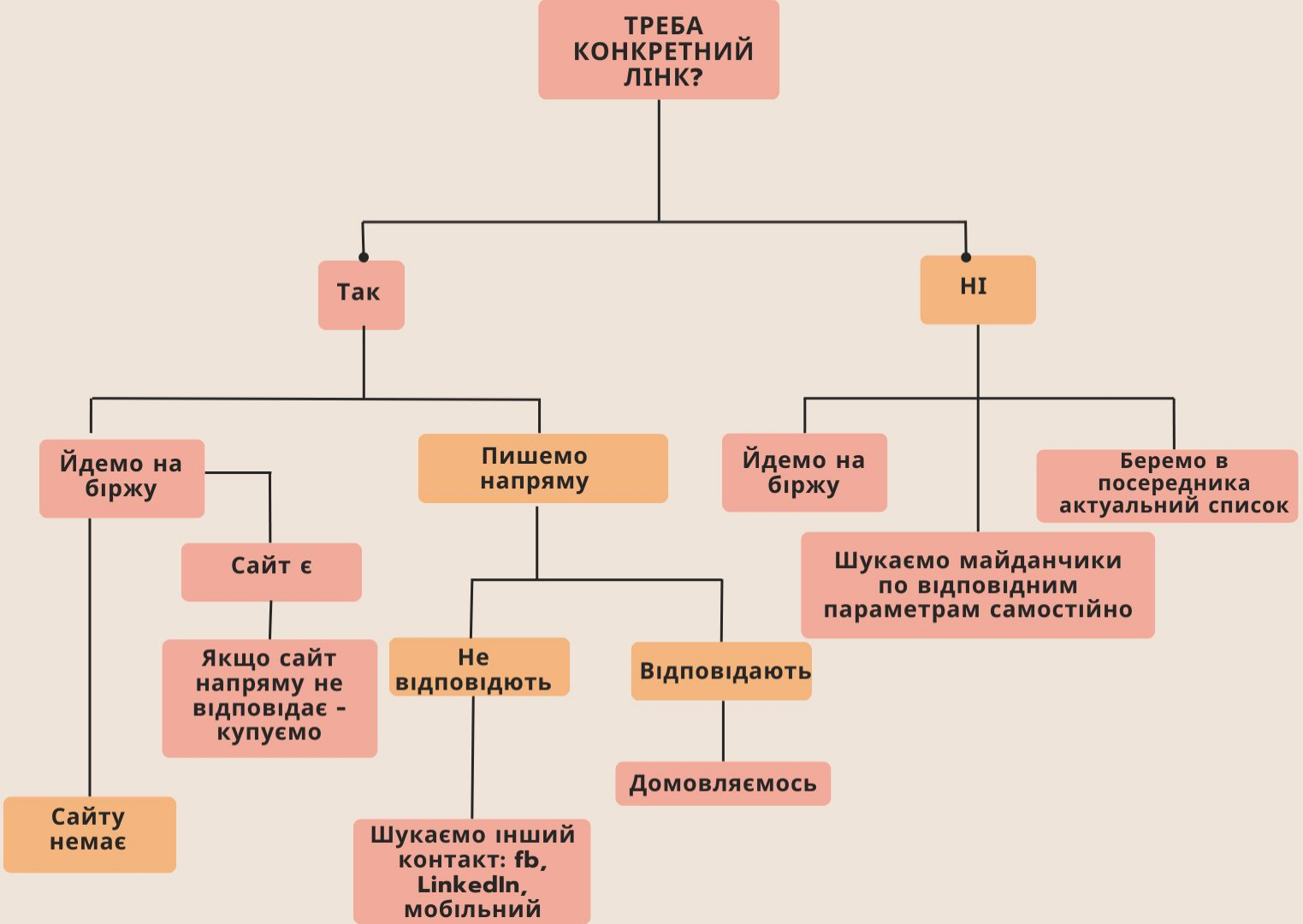
Отже, розгляньмо інші вирази, які ви можете використовувати. І все це майже означає *I think…:*

- ***As far as I'm concerned "Як на мене".*** Одне запитання, яке ви часто отримуєте на IELTS, TOEFL, таке: «Чи повинні хлопчики та дівчатка навчатися в одній школі чи в різних школах?» Можна було б відповісти таке: *As far as I'm concerned, there have to be more single-sex schools.* «Як на мене, одностатевих шкіл має бути більше». Важливо зауважити одну річ: після *as far as I'm concerned* ми ставимо кому.
- ***In my opinion*** **"На мою думку"** краще, ніж *I think…*, але ним все ж зловживають. Тому рекомендовано використовувати інші вирази. Але *in my opinion* усе одно можна використовувати, просто не вживайте його занадто часто.

06

Off-page

	Біржі (collaborator)	Аутріч	Посередники	Фрілансери з linkedin
Вартість	Трохи дорожче за аутріч	Найнижча	По-різному	Рандом
Швидкість розміщення	По-різному	По-різному	Досить довго	Рандом
Надійність	Вище середнього	Середній	Середня	Мінімальна
Контроль	Як правило, високий	Як правило, висока	Середній	Мінімальний


ТРЕБА КОНКРЕТНИЙ ЛІНК?
Так
НІ
Йдемо на біржу
Пишемо напряму
Йдемо на біржу
Беремо в посередника актуальний список
Сайт є
Шукаємо майданчики по відповідним параметрам самостійно
Якщо сайт напряму не відповідає - купуємо
Не відповідають
Відповідають
Сайту немає
Домовляємось
Шукаємо інший контакт: fb, LinkedIn, мобільний

Лінки

1) Дивіться на конкурентів але також розміщуйтесь де немає конкурентів.
2) Намагайтеся поєднати **seo** та піар
3) Які сайти ок/не ок?
4) Партизанські методи
5) Робота індексацією закуплених лінків

Дякую за увагу!

Реклама BUKI School

https://t.me/AZahoda

https://www.linkedin.com/in/zakhoda/