

ВЛИЯНИЕ НАЛИЧИЯ КОЛДУНЩИКОВ В ПОИСКОВОЙ ВЫДАЧЕ НА CTR

Рассмотрение влияния наличия колдунщиков в поисковой выдаче на CTR на примере гастрономического рецептового трафикового проекта.

Ключевые слова: трафиковый проект, поисковое продвижение, CTR, колдунщики, прогнозирование трафика.

В данной статье автор рассматривает возможность прогнозирования поискового CTR с учетом особенностей формирования поисковой машиной Яндекса поисковой выдачи по тематике «кулинарные рецепты».

За последние пару лет политика Яндекса относительно формирования поисковой выдачи заметно изменилась. Все изменения, которые вводит Яндекс, так или иначе, «ущемляют» возможность получения органического поискового трафика. На лицо лоббирование Яндексом приоритетов контекстной рекламы и собственных колдунщиков.

Колдунщики – это элементы поисковой выдачи, которые отвечают на ваш вопрос прямо на странице с результатами поиска. Это может быть прогноз погоды, картинка, перевод слова, расписание электричек и многое другое [1].

Отсюда возникает проблема корректного прогнозирования трафика на сайт. Так как никакой официальной информации от Яндекса по поводу степени «подмешивания» в поисковую выдачу колдунщиков и контекстной рекламы по разным тематикам нет.

Основываясь на данных исследования Ильи Русакова и Олега Шестакова «Актуальный CTR в выдаче Яндекса» [2] и на собственных наработках по проекту «кулинарные рецепты», автором был сделан прогноз трафика, который сможет получить сайт кулинарных рецептов по разным запросным группам с учетом участия в поисковой выдаче колдунщиков Яндекса и контекстных рекламных объявлений в спецразмещении.

Изначально прогноз трафика рассчитывался только с учетом позиции сайта в ТОП10 по определенному запросу. С учетом общей открытой статистики по кулинарным порталам и статистики Яндекса, автором был составлен график общего CTR по всем запросным группам (рис. 1). На данном графике отображен весь трафик, который можно получить по собранному семантическому ядру с учетом прогнозируемых позиций сайта в тематической поисковой выдаче.

Но из исследования Русакова и Шестакова [2] стало ясно, что подобный расчет и график не дают актуальной картины. Поэтому в метод прогнозирования трафика автором были внесены корректировки, и прогноз был составлен по новым формулам с учетом данных исследования «Актуальный CTR в выдаче Яндекса» [2]

* Кузнецов Александр Евгеньевич – магистрант кафедры менеджмента, маркетинга и сервиса Байкальского государственного университета г. Иркутск, e-mail: kuznetsov-dm@bk.ru.

и данных, полученных при мониторинге поисковой выдаче по запросным группам собранных для проекта «кулинарные рецепты». В новых формулах расчета были учтены возможные вариации поисковой выдачи по различным запросным группам. То есть, было учтено, какой процент CTR заберет на себя колдунщик или пул объявлений контекстной рекламы на странице выдачи по определенной запросной группе в зависимости от частотности запроса. Результаты, полученные по доработанному методу прогнозирования, вы можете видеть на рис. 2 и 3.

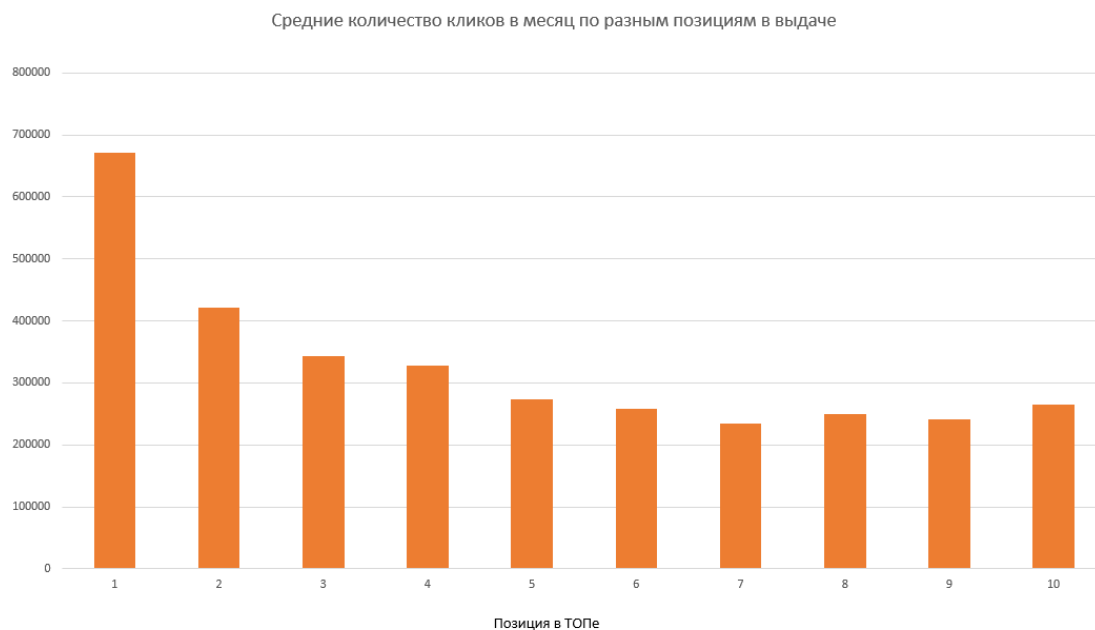


Рис. 1. Среднее количество кликов в месяц по всем запросным группам в зависимости от позиции сайта в выдаче

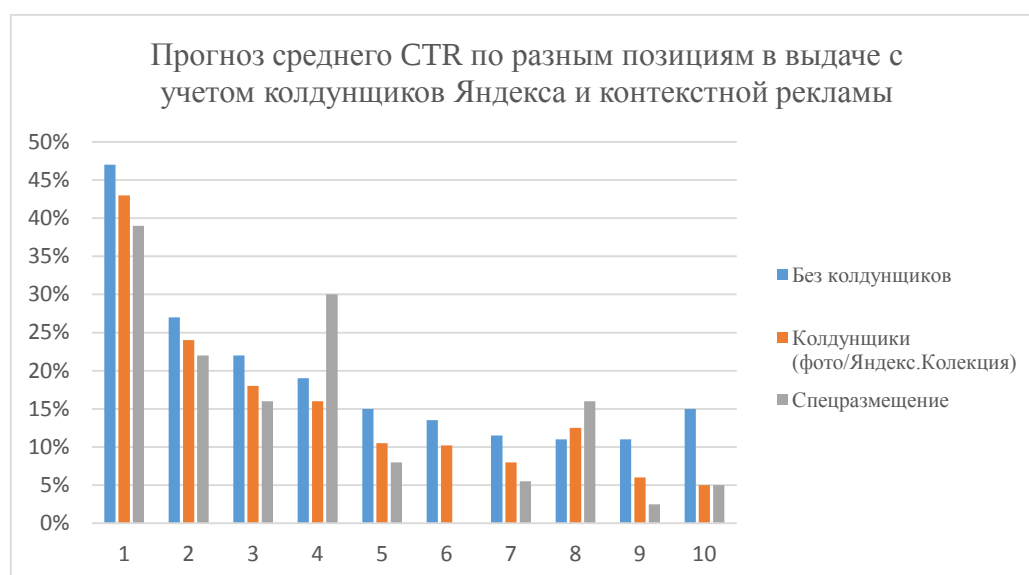


Рис. 2. Средний CTR по всем запросным группам в зависимости от позиции сайта в выдаче с учетом колдунщиков Яндекса (фото / Яндекс.Коллекции) и контекстной рекламы



Рис. 3. Среднее количество кликов в месяц по всем запросным группам в зависимости от позиции сайта в выдаче с учетом колдунщиков Яндекса (фото / Яндекс.Коллекции) и контекстной рекламы

Из данных, представленных выше видно, что колдунщики Яндекса и контекстная реклама забирают на себя значительную часть трафика. По расчетам автора ежемесячно от 13 до 22 % кликов приходится именно на них. На примере проекта «кулинарные рецепты» в абсолютных значениях это от 205 000 до 320 000 переходов в месяц.

Можно сделать вывод, что при прогнозировании поискового трафика нельзя не брать во внимание специфику поисковой выдачи по тематике, в противном случае процент погрешности расчетов будет огромный. Доработанный метод прогнозирования более корректный, и показывает более реальную картинку. Для трафикового проекта это принципиальный момент, с помощью новых полученных данных можно скорректировать план окупаемости и общую прибыльность проекта.

Список использованной литературы

1. Поисковые колдунщики [Электронный ресурс] / ООО «Яндекс». – Режим доступа: <https://yandex.ru/support/search/search-wizards/wizards.html> свободный.
2. Актуальный CTR в выдаче Яндекс [Электронный ресурс] / Илья Русаков и Олег Шестаков. – Режим доступа: https://www.searchengines.ru/aktualnyy_ctr_pyandex.html свободный.