**Роль и обязанности ответственного по продвижению сайта**

***Основная задача*** ответственного по продвижению сайта состоит в том, чтобы увеличивать трафик на сайте, выводить сайт в топ по ключевым запросам, улучшать продающие качества сайта, за счет увеличения качественного контента, повышать узнаваемость бренда.

***Ответственный по продвижению сайта должен знать:***

* существующие поисковые системы Интернета;
* принципы функционирования поисковых систем;
* особенности оптимизации для каждой поисковой системы;
* типы и функции ссылок, принципы эффективного построения ссылок;
* протоколы и принципы функционирования Интернета;
* современные технологии создания веб-ресурсов;
* браузеры;
* HTML, XHTML, XML;
* грамматику и стилистику русского языка;
* действующие условные сокращения, условные сокращения по компьютерной тематике, применяемые в библиографии на иностранных языках;
* основы маркетинга;
* основы копирайтинга;
* этику делового общения;
* правила пользования офисной техникой, средствами коммуникации и связи.

***Ответственный по продвижению сайта выполняет следующие обязанности:***

1. Разработка и проведение мероприятий по оптимизации сайта для поисковых систем Яндекс и Google, а так же продвижение по позициям и трафику в указанных поисковых системах;
2. Регулярный аудит сайта для подготовки рекомендаций, улучшающих индексацию и ускоряющих поисковое продвижение сайта;
3. Анализ статистики и аналитики (Яндекс.Вебмастер, Яндекс.Метрика, Google. Analytics и др.), использование полученной информации для продвижения сайта;
4. Анализ конкурентов в продвигаемой тематике, их стратегий и бюджетов по группам запросов, составление рекомендаций по оптимизации сайта, разработке структуры страниц, расширению семантического ядра;
5. Выведение сайта по необходимым запросам в топ-10 поисковых систем Яндекс и Google, поддержка достигнутых позиций, увеличение органического трафика;
6. Работа над внутренними факторами: составление рекомендаций для разработчиков по оптимизации кода страниц, внутренняя перелинковка, работа с мета-тегами, изменение структуры страниц/разделов;
7. Работа над внешними факторами: анализ ссылочного профиля проекта, управление и увеличение ссылочной массы, работа с биржами ссылок, статей, постов (Gogetlinks, Миралинкс и др.), регистрация в каталогах, анализ площадок для размещения и закупки ссылок;
8. Формирование задач для контент-менеджеров, копирайтеров, программистов, верстальщиков и иных специалистов, проверка (тестирование) выполненных задач;
9. Проверка написанных текстов по параметрам (вхождения слов и словосочетаний, использование дополнительных слов, процент вхождения ключевых фраз/слов, адекватность текста, и т. п.);
10. Разработка плана проведения работ по SEO-оптимизации сайта, выдерживание установленных планом сроков, аргументация сделанных выводов и внесенных предложений;
11. Постоянный мониторинг среды (фиксация изменений в алгоритмах поисковых систем и адаптация сайта под них);
12. Подготовка отчетов о проведенных мероприятиях по продвижению сайта (органический трафик, выполненные задачи, позиции по запросам в каждой поисковой системе, источники и поведение посетителей сайта, рейтинг сайта в поисковых системах) — еженедельно/ежемесячно;
13. Поиск, разработка и совершенствование технологий оптимизации;
14. Анализ юзабилити и повышение конверсии сайта.

***Ответственный по продвижению сайта несет ответственность:***

1. За неисполнение или ненадлежащее исполнение своих обязанностей.
2. За другие правонарушения, совершенные в период ведения своей деятельности, — в соответствии с действующим трудовым, гражданским, административным и уголовным законодательством.

***Стратегия работы над проектом ответственного по продвижению сайта:***

**1. Проанализировать нишу**

Перед тем, как начинать деятельность, необходимо проанализировать эту область. Какие игроки присутствуют на рынке? Как давно они занимают эту нишу и чего за это время успели достичь?

**2. Составить прогнозы**

На основании проведенного анализа надо предоставить прогнозы – сколько удастся на этом рынке получить трафика или заказов. Описать все риски. На основании прогнозов принять решение о целесообразности вкладывания бюджета в продвижение, или вообще – в ведение онлайн-бизнеса.

**3. Работа с семантическим ядром запросов**

Приняв решение о целесообразности продвижения сайта, необходимо подготовиться и, прежде всего, составить семантическое ядро запросов – это те ключевые фразы, по которым люди могут и должны находить сайт. Из большой кучи собранных фраз необходимо найти наиболее эффективные и перспективные.

**4. Проанализировать сайт**

Здесь подразумевается проведение технического анализа сайта и внутреннего seo-аудита. Необходимо убедиться, что сайт работает хорошо и быстро, ненужные разделы закрыты от индексации, используется корректная кодировка, контент виден поисковым системам.

**5. Проанализировать статистику**

Проанализировать статистику сайта, какие у него текущие показатели, как люди чаще всего находят сайт, по каким запросам, используя какие поисковые системы и так далее.

**6. Сформировать стратегии продвижения**

**7. Изучить новые инструменты**

**8. Оптимизировать структуру сайта и подобрать страницы для продвижения**

Первое что необходимо сделать на этом этапе – оптимизировать структуру сайта, сделать важные страницы и разделы индексируемыми и доступными в минимальном количестве кликов от главной, использовать навигационные фильтры.

**9. Создать и оптимизировать контент**

Какие-то страницы из намеченной структуры могут ещё не существовать, поэтому, требуется создать для них контент. Либо же потребуется дополнительный контент для существующих страниц.

Для каждой страницы необходимо прописать заголовки, мета-теги, оптимизировать текст и изображения, убрать все лишнее и позаботиться, чтобы контент был индексируемым (виден для поисковых роботов). Вся работа должна проделываться в соответствии с имеющимся семантическим ядром запросов. Чем больше страниц на сайте, тем дольше будет проводиться оптимизация контента. Её практически невозможно автоматизировать (кроме как использовать шаблоны), поэтому на этот этап потребуется много человеко-часов.

**10. Найти площадки для размещения ссылок**

**11. Проанализировать сайты конкурентов**

**12. Разместить ссылки**

**13. Мониторинг сайта (его позиций и технических характеристик)**

**14. Составить отчетность**

В отчеты могут входить данные из веб-аналитики, из тех-аудита сайта, изменения позиций в поисковиках и переходы по разным ключевым словам (или группам фраз).