# Наименование на проекта

(напишете името на проекта си)

# Автор на проекта

(трите имена)

# Курсов номер

(уникален курсов номер в Telerik Academy)

# Начален SEO анализ

## Цели на SEO проекта

|  |  |
| --- | --- |
| **Цели на SEO проекта** | (опишете целите на SEO проекта, например да излезете на челна позиция в Google при търсене по определени думи и фрази; или да удвоите посещенията на сайта си за три месеца; или да увеличите продажбите си двойно за три месеца)  (първа цел)  (втора цел)  ... |
| **Ниша** | (опишете в коя ниша се борите) |

## Ключови думи и фрази за оптимизиране

(направете списък на ключовите думи и фрази, за които се борите да излезете на челни места в Google и другите търсачки; подредете ги по важност)

|  |
| --- |
| **Ключови думи и фрази** |
| (ключова дума / фраза - най-важната) |
| (ключова дума / фраза - следваща по важност) |
| ... |
| (последна по важност ключова дума / фраза) |

## Изследване на конкуренцията

(дайте списък на основните ви конкуренти - топ 5 по основните ви ключови думи)

|  |  |
| --- | --- |
| **Ключова дума / фраза** | **Конкуренти** |
| (ключова дума / фраза) | (конкурент URL)  (конкурент URL)  ... |
| ... | ... |

## Вашите сайтове преди SEO

(дайте URL на сайта / сайтовете, който ще SEO оптимизирате)

(ако все още нямате сайтове, оставете таблицата празна)

|  |  |
| --- | --- |
| **Домейн / URL** | **За какво го ползвате?** |
| (домейн / URL) | (основен сайт / помощен сайт - каква е целта му?) |
| (домейн / URL) | (основен сайт / помощен сайт - каква е целта му?) |

## Позициониране на вашите сайтове преди SEO

(оценете позиционирането  на вашите сайтове преди SEO оптимизация по изброените критерии)

(ако все още нямате сайт, попълнете таблицата с нули; бъдете честни!)

|  |  |
| --- | --- |
| **Критерий (метрика)** | **Оценка** |
| Google Page Rank | (измерете Google Page Rank на основния ви сайт) |
| Alexa Rank | (измерете Alexa Rank на основния ви сайт) |
| MozRank | (измерете SEOmoz MozRank на основния ви сайт) |
| Брой индексирани страници в Google | (измерете го с търсене в Google: *site:yourdomain.com*) |
| Общ брой външни линкове към основния ви сайт | (използвайки Google Webmaster Tool измерете **общия брой външни линкове**, сочещи към вашия основен сайт) |
| Брой домейни с линкове към основния ви сайт | (използвайки Google Webmaster Tool, измерете **броя домейни**, сочещи към вашия основен сайт) |
| Брой посещения на ден (средно) | (добавете Google Analytics на основния ви сайт и измерете **броя посещения** средно на ден на вашия сайт **преди SEO** оптимизиране) |
| Twitter followers | (брой последователи в Twitter) |
| Facebook fans | (брой фенове във Facebook) |

## Позициониране по ключови думи преди SEO

(оценете позиционирането на вашия сайт / сайтове по всяка от вашите ключовите думи / фрази)

(ако все още нямате сайт или позицията му по дадена ключовата фраза не е сред първите 30 резултата; запишете “-” в колоната “Позиция”; бъдете честни!)

|  |  |
| --- | --- |
| **Ключова дума** | **Позиция на някой от вашите сайтове (от SEO проекта)** |
| (ключова дума / фраза) | (позиция в Google) |
| (ключова дума / фраза) | (позиция в Google) |

# Създаване на сайт, ориентиран към SEO

(в тази секция се описва какви сайтове сте създали за целите на вашия SEO проект)

(създадохте ли нов сайт за проекта или той вече съществуваше?)

## Създадени сайтове за целите на SEO проекта

(предложете подходящ домейн / домейни, които регистрирахте за целите на SEO проекта)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Домейн / URL** | **За какво го ползвате?** | **Защо избрахте този домейн?** |
| (домейн / URL) | (основен сайт / помощен сайт - каква е целта му?) | (мотивация за избор на предложения домейн) |
| (домейн / URL) | (основен сайт / помощен сайт - каква е целта му?) | (мотивация за избор на предложения домейн) |

## Действия по подобряване на вашите сайтове с цел по-добро вътрешно SEO

(дайте списък от действията, които извършихте, за да направите вашите сайтове SEO-friendly)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Сайт / URL** | **Какво направихте?** | **С каква цел?** |
| (сайт / URL) | (действие) | (с каква цел извършихте посоченото действие? Как това помага?) |
| (сайт / URL) | (действие) | (с каква цел извършихте посоченото действие? Как това помага?) |

# Публикувани статии във вашия сайт или сайтове

(в тази секция се описват статиите, които сте написали и публикували за вашия SEO проект)

(Оценката ще се поставя въз основа на броя и качеството на предоставените статии в долния списък. В самите статии ще се проверява уникалност на текста, плътност на ключовите думи и съдържание на рекламното послание. Структурата на текста и мета тагове за заглавие, подзаглавие, параграфи, основен текст, картинки и цитати.)

## Списък от публикувани статии

(дайте списък с URL адресите на всички статии, които сте публикували в Интернет пространството след започване на курса)

|  |
| --- |
| **URL на статия** |
| (URL) |
| (URL) |

Скала за оценяване:

* Отличен - 10 или повече качествени статии. Всички гореописани критерии в тях трябва да отговарят на изскванията на SEO копирайтинга.
* Много добър - от 7 до 9 качествени статии, отговарящи на изискванията.
* Добър - от 5 до 7 качествени статии.
* Среден - от 2 до 4 статии, отговарящи на изискванията.
* Слаб - една или по-малко статии.

# Изграждане на линкове

(опишете накратко основните начини, които ползвахте, за да изградите външни линкове към вашите сайтове)

(посочете списък от линкове, които изградихте към вашия основен сайт и към помощните сайтове, свързани с него, докато работите по вашия SEO проект)

|  |  |
| --- | --- |
| **Backlink URL** | **Ключова фраза в линка** |
| (URL) | (anchor text) |
| (URL) | (anchor text) |

# Списък от използваните SEO инструменти:

|  |  |
| --- | --- |
| **Инструмент** | **Предназначение** |
| (име / URL на SEO инструмент) | (опишете за какво ползвахте този инструмент) |

# Социални мрежи и форуми

(опишете накратко каква Social SEO стратегия използвахте – какви действия извършихте)

(кои социални мрежи и медии използвахте?)

|  |  |
| --- | --- |
| **Медия** | **URL на публикация** |
| **Facebook** | (URL - ако всичките публикации са в една и съща страница, може да се посочи страницата, без да се изброяват една по една)  (... още URL адреси на ваши публикации ...) |
| **Twitter** | (URL - ако всичките публикации са в една и съща страница, може да се посочи страницата, без да се изброяват една по една)  (... още URL адреси на ваши публикации ...) |
| **Google+** | (URL - ако всичките публикации са в една и съща страница, може да се посочи страницата, без да се изброяват една по една)  (... още URL адреси на ваши публикации ...) |
| **LinkedIn** | (URL - ако всичките публикации са в една и съща страница, може да се посочи страницата, без да се изброяват една по една)  (... още URL адреси на ваши публикации ...) |
| **Блогове (не ваши)** | (URL - ако всичките публикации са в една и съща страница, може да се посочи страницата, без да се изброяват една по една)  (... още URL адреси на ваши публикации ...) |
| **Форуми** | (URL - ако всичките публикации са в една и съща страница, може да се посочи страницата, без да се изброяват една по една)  (... още URL адреси на ваши публикации ...) |
| **Други** | (URL - ако всичките публикации са в една и съща страница, може да се посочи страницата, без да се изброяват една по една)  (... още URL адреси на ваши публикации ...) |

# SEO като част от онлайн маркетинга

(опишете накратко как посланието, което вашият уебсайт излъчва, помага за оптимизацията му)

## Мисия на уеб сайта

|  |  |
| --- | --- |
| **Наличие на:** | **Описание** |
| Домейн / URL | (домейн / URL) |
| Slogan – кратък текст, който описва максимално добре ценностите и/или конкурентните предимства на вашата марка | (slogan) |
| Лого на вашата марка | (по възможност изгответе или опишете графичния знак на вашата марка - лого) |

## Брандинг и комуникационни задачи

(отговорете на въпросите под всеки от тях)

1. Опишете причините, които доведоха до избора на лингвистичния знак на вашата марка?
2. Опишете причините, които ви накараха да изберете домейна на вашата марка? Опишете какви трудности срещнахте и как ги решихте? Как избрахте TLD на домейна (вида му: .com, .bg, .net и т.н.).
3. Напишете мисия на вашата марка/бизнес. Мисията представлява глобалната цел, която вашият бизнес си е поставил. Базов пример за мисия на компания, занимаваща се с топлоизолации, е: „Нашата мисия е да помагаме на хората да живеят по-добре, в по-уютни, по-красиви и по-топли сгради.“
4. Напишете визия на вашата марка/бизнес. Визията представлява обобщение на това как бизнесът ви глобално изпълнява целите от своята мисия. Базов пример за визия на компания, занимаваща се с топлоизолации, е: „Ние постигаме нашата мисия, като работим с материали от най-високо качество, а всеки един от нашите служители е с инженерно образование и експерт в своята област“.

Примери за мисия и визия на някои големи IT компании:

* Microsoft -<http://www.microsoft.com/en-us/diversity/vision.aspx>
* Google -<http://www.google.com/about/company/?hl=en>
* Amazon -<http://www.amazon.com/b?_ref=career_AA&node=239364011>

1. На база мисията и визията на вашата марка, напишете кратка комуникационна стратегия (свободен текст) за това как искате околния свят да възприема вашата марка (клиенти, доставчици, служители). Не повече от 3 параграфа и максимум 1 страница формат А4.

## По желание

1. Напишете прес рилийз (ПР) относно стартирането на вашия сайт/марка/бизнес. Представете основните си предимства в него.
2. Разпратете и/или публикувайте ПР-а в поне 3 сайта (които не са ваша собственост).

# Постигнати резултати след SEO

(в тази секция се описват постигнатите резултати от вашата SEO работа)

## Позициониране на вашите сайтове след SEO

(оценете позиционирането вашите сайтове след SEO оптимизацията по изброените критерии)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Критерий (мeтрика)** | **Преди SEO**  (в начало на курса) | **В края на курса** (след всички домашни) | **Финален SEO резултат**  (точно преди защитата на SEO проекта) |
| Google Page Rank | (позиция) | (позиция) | (позиция) |
| Majestic SEO Trust Flow | (позиция) | (позиция) | (позиция) |
| Брой индексирани страници в Google | (позиция) | (позиция) | (позиция) |
| Trust Flow |  |  |  |
| Общ брой външни линкове към основния ви сайт | (позиция) | (позиция) | (позиция) |
| Брой домейни с линкове към основния ви сайт | (позиция) | (позиция) | (позиция) |
| Брой посещения на ден (средно) | (позиция) | (позиция) | (позиция) |
| Twitter shares | (позиция) | (позиция) | (позиция) |
| Facebook likes | (позиция) | (позиция) | (позиция) |
| Google + | (+1 и circles) | (+1 и circles) | (+1 и circles) |
| YouTube | (гледания + абонати) | (гледания + абонати) | (гледания + абонати) |

## Позициониране по ключови думи след SEO

(оценете позиционирането на вашия сайт / сайтове по всяка от вашите ключовите думи / фрази)

(ако все още нямате сайт или позицията му по дадена ключовата фраза не е сред първите 30 резултата; запишете “-” в колоната “Позиция”; бъдете честни!)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Ключова дума / фраза** | **Позиция**  **преди SEO** | **Позиция в**  **края на курса** | **Финална позиция**  **след SEO проекта** |
| (ключова дума / фраза) | (позиция) | (позиция) | (позиция) |
| (ключова дума / фраза) | (позиция) | (позиция) | (позиция) |

## Вашата марка в търсещите машини

При търсене за вашата марка в Google, първият, вторият и поне още два резултата в топ 10 трябва да дават следната информация за нея на максимум 2 клика след търсенето:

|  |  |
| --- | --- |
| С какво се занимава вашият бизнес | (да или не?) |
| Какви са основните конкурентни предимства на вашата марка | (да или не?) |
| Кога и къде може да бъде открит вашият бизнес (независимо дали е изцяло онлайн базиран или има и офлайн част) | (да или не?) |

## Постигнати цели на SEO проекта

(кои от целите на SEO проекта, които си поставихте в началото, постигнахте до момента?)

|  |  |
| --- | --- |
| **Цел** | **Постижение** |
| (първа цел на SEO проекта) | (липсва / лошо / добро / отлично / ...) |
| (втора цел на SEO проекта) | (липсва / лошо / добро / отлично / ...) |