

Как увеличить посещаемость сайта: 101 метод генерации трафика

 site4business.net/

Давайте на чистоту: посещаемость вашего сайта не такая, какой бы вы хотели ее видеть.

Вы бы не прочь получать больше посетителей, но это не так уж и просто.

И неудивительно, ведь 90% всего трафика достается 2% сайтов. То малое, что остается мелкими дольками делится между всеми остальными.

Но не расстраивайтесь, вы не один в таком положении. Я тоже испытывал нечто подобное на этом блоге и на клиентских сайтах.

Сегодня вы получите решение своей проблемы. Если вы ведете блог, владеете интернет-магазином или информационным сайтом - эта статья для вас. Вас ждет проверенный временем 101 способ повышения посещаемости сайта.

Готов поспорить, такого материала вы еще нигде не встречали. Поэтому, добавляйте эту страницу в закладки и начинайте знакомиться с самыми эффективными способами увеличения посещаемости сайта.



1. Используйте ключевые слова к месту

Для того, чтобы получить более высокие позиции в поиске, а следовательно больше посетителей, вам нужно включить основное **ключевое слово**, по которому вы продвигаетесь в:

- Заголовок страницы (h1)
- Начало текста
- Title
- Сам текст
- URL

Ключевые запросы все еще играют большую роль в ранжировании сайта, поэтому их правильное использование поможет получить более высокие позиции в поиске.

2. Не игнорируйте атрибут Alt у изображений

Убедитесь, что изображения на вашем сайте имеют заполненный атрибут Alt.

URL	<input type="text" value="http://site4business.net/wp-content/upl"/>
Заголовок	<input type="text" value="повышение посещаемости молодого"/>
Подпись	<input type="text"/>
Атрибут alt	<input type="text" value="как увеличить посещаемость блога"/>
Описание	<input type="text"/>
Пользователь	Газиз Исмаил

Желательно, чтобы как минимум одно изображение на странице имело в названии и в атрибуте Alt основное ключевое слово.

Что это вам даст:

Помимо галочки в глаза поисковых систем вы также будете ранжироваться в Google и Яндекс в разделе "Картинки". Ваши изображения неожиданно могут стать неплохим источником трафика, учитывая что на каждой странице их как минимум по несколько штук.

3. Разбавьте текст LSI запросами

При написании текста для сайта используйте LSI запросы. Так вы сможете улучшить позиции в поиске и даже получить посетителей по второстепенным запросам.

Согласно определению, LSI — это семантически связанные слова и фразы, включая синонимы, но не ограничиваясь ими.

Например, если вы пишете статью о правильном питании включите в текст следующие LSI слова: здоровое питание, рецепты здорового питания, принципы правильного питания, правила, меню на неделю:

Вместе с правильное питание часто ищут

здоровое питание меню на каждый день

здоровое питание рецепты

правильное питание для снижения веса

правильное питание это

правильное питание принципы

правильное питание правила

правильное питание меню на неделю

правильное питание для здоровья



1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Следующая

С помощью LSI слов поисковая система понимает смысл вашего текста и отправляет вам только целевых посетителей.

4. Станьте себе конкурентом

Вы не думали о том, чтобы увеличить свое присутствие в поиске?

Нет, я не имею в виду повышение позиций. Я имею в виду количественное улучшение.

Как насчет того, чтобы опубликовать свои товары на других торговых площадках?

Например, на Яндекс.Маркете, Ozon, Товары@Mail.ru и т.д.

Для чего это нужно?

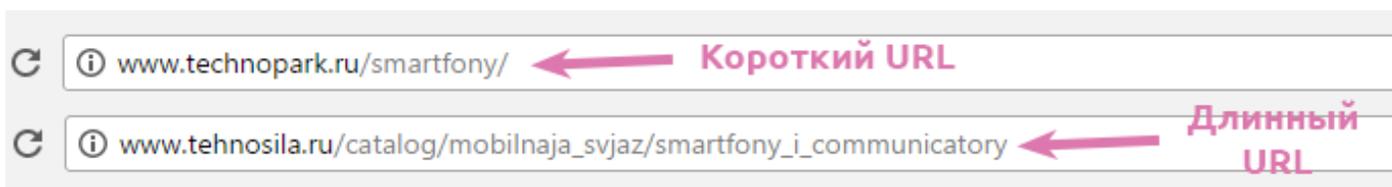
Так вы сможете еще больше людей познакомить со своими товарами. Если потенциальный покупатель найдет ваш продукт на одной из торговых площадок, он может совершить покупку или перейти на ваш сайт.

Для большего эффекта, в дальнейшем вы можете мотивировать клиентов покупать напрямую на вашем сайте.

5. Делайте лаконичные URL

Согласно исследованиям, большинство страниц из ТОП-10 поисковой выдачи имеют короткие URL. В среднем, длина URL страницы, находящейся на первой позиции в поиске составляет 59 символов.

С точки зрения посетителя, короткие URL более приятны для глаза чем длинные. Сравните сами:



Поэтому:

Старайтесь учитывать это и при создании новых страниц составлять URL не длиннее 60 символов.

Плюс к этому, добавьте в него основное ключевое слово.

6. Ускорьте загрузку сайта

Вот два факта, которые скорее всего вас не обрадуют:

- В среднем люди ожидают загрузки сайта в течение 2 секунд
- Скорость загрузки сайта - важный фактор ранжирования.

Почему эти факты вас не обрадуют?

Потому что я бьюсь об заклад, что ваш сайт загружается дольше двух секунд.

Готовы поспорить?

Проверьте скорость загрузки сайта с помощью сервиса [GTmetrix](#). Как я и говорил, скорее всего вы не придете в восторг от быстроты своего сайта.

Но как улучшить ситуацию?

Работы по уменьшению времени загрузки сайта невозможно описать в двух абзацах, но если вкратце:

- Подбирайте изображения нужных размеров. При необходимости обрезайте их.
- Сохраняйте картинки для веба (Фотошоп)
- Используйте кеширование (плагин Super Cache для WordPress)
- Не загромождайте сайт лишним кодом
- Пользуйтесь хорошим хостингом
- Не устанавливайте слишком много плагинов
- Используйте CDN.

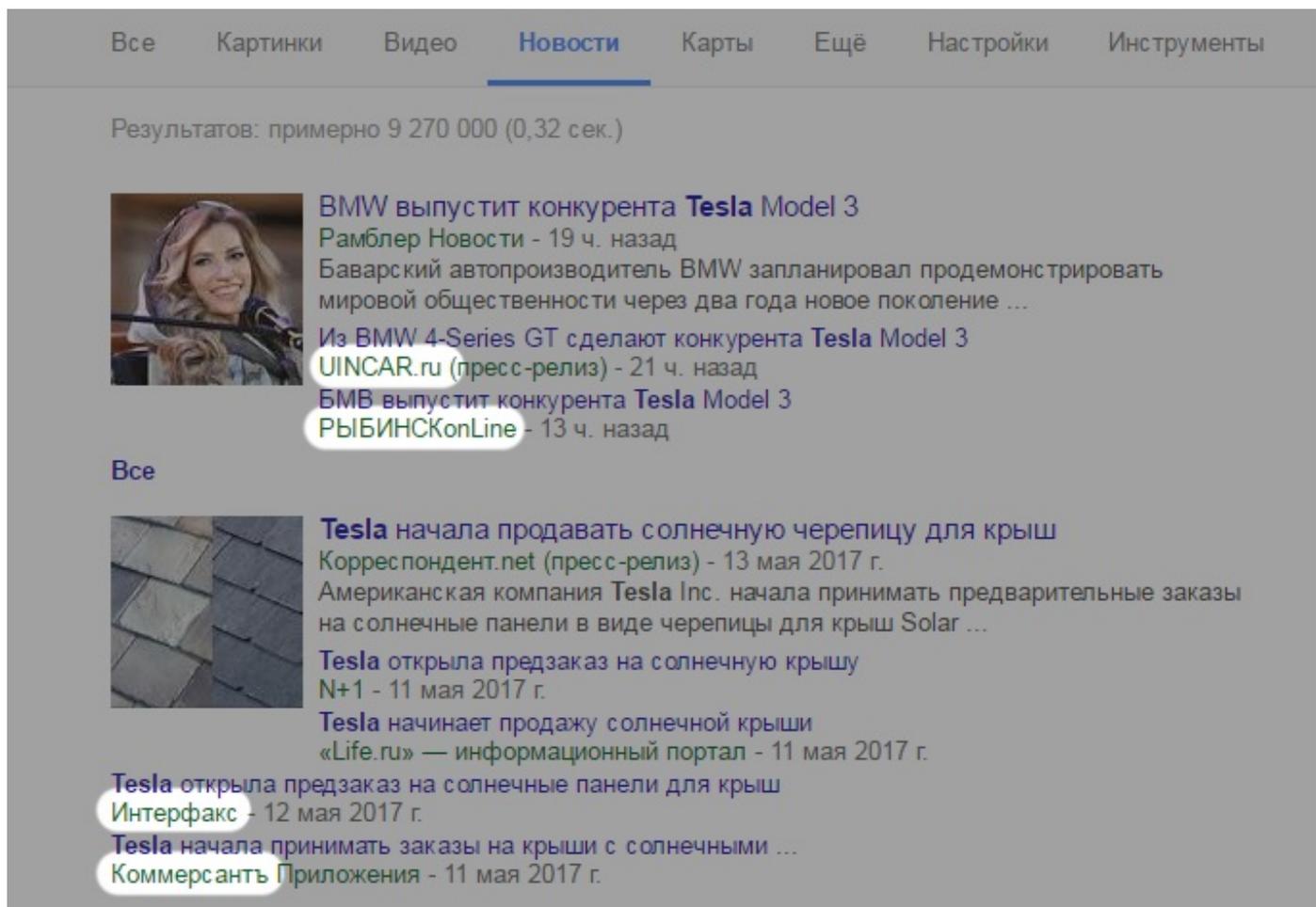
Для замера скорости загрузки сайта вы также можете использовать [Google Pagespeed Insights](#). После анализа сервис даст советы по ускорению сайта.

7. Потесните СМИ

До появления интернета никто не мог и подумать, что один человек или небольшая группа людей могут конкурировать со СМИ.

Но сейчас это вполне возможно. Только взгляните на раздел "Новости" в поисковых системах Google и Яндекс. Небольшие сайты в некоторых нишах стоят в ряд, а порой и выше известных СМИ.

Например, введя в поиск слово Tesla я увидел, что сайты РыбинскOnline и UINCAR стоят выше таких изданий как Интерфакс и Коммерсантъ:



Если вы на своем сайте публикуете новости, ваш основной источник трафика - раздел "Новости" в Google и Яндекс. Все что вам нужно сделать - соответствовать техническим требованиям и следовать некоторым правилам (уникальность материалов, отсутствие навязчивой рекламы).

Попав в раздел "Новости" вы запросто можете получить десятки тысяч новых посетителей.

8. Будьте проще и люди к вам потянутся

Часто по мере роста сайта усложняется ее структура. Из-за непонятной структуры поисковые роботы могут не суметь проиндексировать важные страницы.

Самая частая ошибка - это когда страница находится далеко от домашней (на расстоянии 4-10 кликов). Для решения таких проблем придерживайтесь золотого правила - каждая страница находится в пределах 1-3 кликов от главной страницы.

9. Поработайте над привлекательностью Title

Если на скачках выигрывает тот, у кого быстрее лошадь, то в интернете выигрывает тот, у кого круче Title.

Вы можете не верить, но это действительно так. Подумайте сами: именно после прочтения заголовка человек решает, стоит ему переходить на этот сайт или нет.

Более того, если ваш сайт находится на девятой позиции в выдаче и при этом получает неприлично много переходов, поисковик заметив это начнет поднимать его выше.

Но как создать привлекательный Title?

Есть два быстрых способа:

1. Добавьте в Title так называемые слова усилители: быстро, легко, просто, пошагово, лучшее предложение, 2017...
2. Убедитесь, что составляя Title вы уложились в 60 символов. Иначе поисковая система обрежет ее самостоятельно.

Для продвинутых: перейдите в Google Search Console и найдите страницы с низким CTR (меньше 3%). Используя советы выше придумайте цепляющий взгляд и вызывающий интерес Title. Поставьте его вместо старого и попросите Google проиндексировать страницу. Для этого в Google Search Console перейдите в Сканирование > Посмотреть как Googlebot. Введите URL страницы и нажмите "Запросить индексирование", а затем выбрав только прямую ссылку нажмите "Отправить".

10. Работа с упоминаниями бренда

Данный способ генерации трафика подходит для любых сайтов, но особенно хорошо для обладающих определенной известностью.

Суть методики в следующем: возможно, вас или вашу компанию где-то упоминали, но при этом не поставили ссылку. Вам нужно найти такие упоминания и попросить автора указать ссылку на ваш сайт.

Это редкий случай, когда 10 из 10 ваших писем могут обернуться успехом. Все логично: раз человек упоминал вас на своем сайте, значит он уже лоялен к вам, и ничто не мешает ему удовлетворить вашу просьбу.

Этот метод - один из моих самых любимых, так как всего за пару часов вы можете получить множество ссылок на свой сайт.

Для поиска упоминаний своего бренда вы можете использовать сервисы [Mention](#) или BuzzSumo.

Также из бесплатных инструментов вы можете использовать [Google оповещения](#). Когда кто-то упомянет вас или вашу компанию, вы получите уведомление на почту.

11. Отдайте должное недооцененным страницам

Наверняка на вашем сайте есть страницы, которые занимают 10-30 строчку в поиске. Такие страницы являются недооцененными.

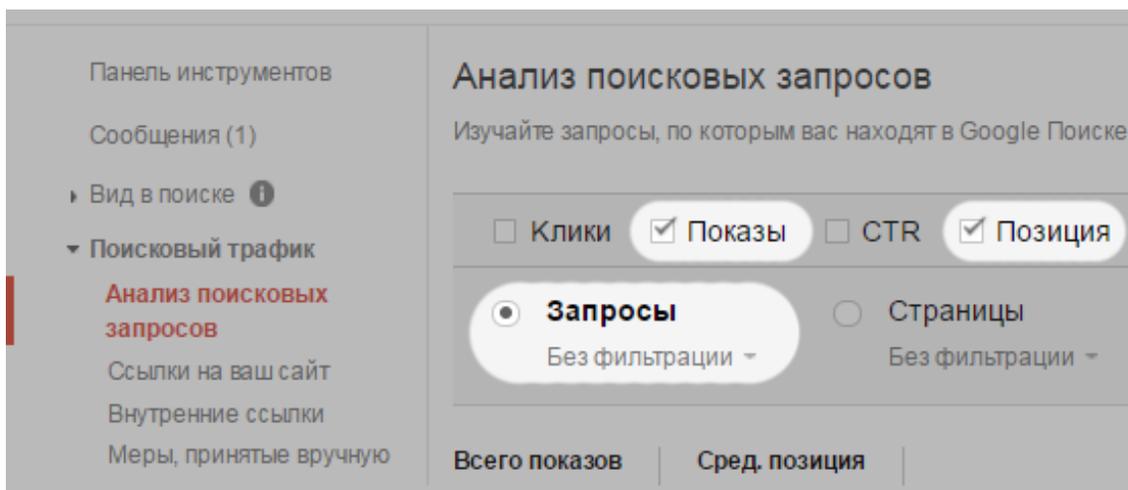
Почему?

Потому что если вы приложите совсем немного усилий, они могут подняться в ТОП-10. Но вы этого не делаете...

Здесь вы поступаете как незадачливый дровосек, который как только рубит большую часть дерева, оставляет ее и переходит к следующей, так и не повалив предыдущую.

Вместо того, чтобы думать о написании очередной статьи или улучшении дизайна сайта, сделайте вот что:

1. Найдите недооцененные страницы. Перейдите в Google Search Console > Поисковый трафик > Анализ поисковых запросов. Выберите пункты "Позиция" и "Запросы".



Отфильтруйте результаты по "Позициям". После нахождения запроса в пределах 10-30 позиций кликните по ней. Затем, нажмите на "Страницы". Теперь перед вами страница, которую нужно усилить.

2. Усиьте недооцененные страницы. Для того, чтобы страница попала в ТОП-10, нужно ее усилить. Как?

Во-первых, с помощью ссылок. Найдите страницы, с которых вы можете поставить ссылки на недооцененную страницу. Для этого введите в поиск site:домен intext:"ключевое слово", где домен - это адрес вашего сайта, а в кавычках - ключевое слово, по которому продвигается недооцененная страница.

В выдаче появятся страницы, с которых можно поставить ссылку. Выберите из списка те, которые имеют больше входящих ссылок.

Во-вторых, посмотрите на CTR страницы в Search Console. Если она меньше 3%, переделайте Title руководствуясь советами выше. Затем, попросите проиндексировать страницу через вкладку "Посмотреть как Googlebot".

Ну что ж, если вы все сделали правильно, остается ждать результатов.

12. Сделайте транскрипт видео

Делая видео-контент, помните, роботы еще не умеют распознавать ролики как живые люди. Поэтому, если вы действительно хотите увеличения посещаемости сайта, опубликуйте текстовое содержание видео.

В случае интернет-магазина напишите о тех преимуществах и недостатках товара, о которых вы узнали в ходе обзора.

Если вы ведете блог, сделайте краткое текстовое содержание ролика.

В качестве примера можно привести блог компании SEO Profy. Каждое видео из серии "На Доске" имеет хорошее текстовое описание.

13. Обновление контента

Вы знаете, между контентом и продуктами питания есть много общего. Например, как первый так и второй имеет срок годности. Конечно, есть виды контента, которые можно сравнить с советской тушенкой. Но в основном, со временем контент теряет свою актуальность.

Если у вас зрелый сайт и на нем есть много информационных материалов, самое время подумать об их обновлении.

Для чего это нужно?

После обновления некоторые материалы могут: подняться в поисковой выдаче, начать ранжироваться по новым ключевым словам, получить еще больше репостов и расшариваний.

Отдайте предпочтение тем статьям, которые:

- Находятся на 4-20 позициях в поиске
- Нуждаются в обновлении (устаревшая информация)
- Важны с точки зрения бизнеса.

Добавьте актуальную информацию, удалите устаревшие данные, сделайте статью глубже и практичнее.

14. Нарращивайте ссылки

Есть две крайности в вопросе ссылочного продвижения сайта:

Первая крайность - это когда люди считают, что эпоха ссылок прошла и они больше не играют никакой роли.

Вторая крайность - это когда в погоне за количеством ссылок люди покупают их тоннами без разбору.

А истина как обычно где-то посередине - ссылки все еще важны при продвижении сайта. Согласно исследованиям, первые два сайта в поисковой выдаче имеют 38% всех ссылок сайтов, находящихся в ТОП-10.

НО...

Ссылки помогут в продвижении сайта только в том случае, когда они ведут с нормальных, авторитетных ресурсов.

Получение таких ссылок занимает много времени, хотя есть и быстрые методы. Классика жанра - это написание гостевых постов и участие в экспертных опросах.

15. Улучшайте поведенческие факторы

Поисковые системы рассматривают ваш сайт под микроскопом. Они анализируют все: процент переходов с поиска (CTR), показатель отказов, среднее время на сайте, глубину просмотра...

Все эти метрики влияют на позиции сайта в поисковой выдаче. Улучшив некоторые метрики вы получите более высокие позиции.

Первостепенные показатели, которые вам нужно улучшить - это процент отказов и среднее время на сайте.

Универсальные методы, которые помогут вам в этом:

1. Правильное форматирование текста. Хороший текст удерживает внимание человека. Плохой текст - не вызывает интереса. Составляя текст, пишите простыми словами. Уделите внимание оформлению: делайте короткие абзацы, выделяйте важные фразы полужирным шрифтом. Не жалейте времени на составление хорошего заголовка и вступления. Не скупитесь на интригующие подзаголовки.

2. Добавляйте мультимедийные файлы. Все как в поговорке: "Лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать". Используйте изображения, видеоролики, инфографику, скриншоты, анимации - все, что помогает донести информацию и удержать внимание читателя.

3. Перелинковка. Страницы вашего сайта должны быть связаны ссылками. С помощью правильной перелинковки поисковые роботы смогут проиндексировать все страницы сайта, возрастет среднее время и уменьшатся отказы. Если у вас блог, в каждой статье в подходящем месте ставьте ссылки на другие материалы. Если у вас интернет-магазин, хорошо подойдут блоки "с этим товаром покупают" и "похожие товары."

16. Избавьтесь от битых ссылок

Нерабочие ссылки плохо отражаются на удобстве сайта. Человек, перешедший по ссылке ожидает увидеть нечто полезное для себя. Но вместо этого он видит ошибку 404:



Учитывая это поисковые системы понижают позиции сайтов, которые имеют много битых ссылок.

Если вы хотите получать больше трафика, ваша задача - найти нерабочие ссылки на своем сайте и исправить их. Если вы пользуетесь WordPress, вам поможет плагин Link Checker. Также вы можете прибегнуть к таким универсальным инструментам как Xenu и Screaming Frog.

После нахождения битых ссылок сделайте вот что:

1. Если можно, удалите их
2. Если без ссылки ваша статья потеряет в ценности, замените ее на рабочую. Просто сделайте поиск и найдите другую статью/страницу и поставьте ссылку на нее.

17. Перейдите на HTTPS

Возможно вы уже слышали: сайт на HTTP в браузере Chrome помечается как небезопасный.

Более того, сайты на HTTPS будут получать преимущество в ранжировании.

Это конечно не такое большое преимущество, но все же оно есть.

Если у вас на сайте есть регистрация или вы работаете с личными данными пользователей, переходите на HTTPS незамедлительно.

Если у вас блог, можно особо не спешить.

18. Ссылайтесь на авторитетные сайты

Многие блогеры не любят ставить ссылки на другие сайты. Этому есть две основные причины

1. Очень часто блогеры продают ссылки, поэтому ставить их бесплатно кажется им не самой разумной идеей.
2. Многие считают, что поставив ссылку на чужой сайт они потеряют вес страницы.

Я же советую вам не быть как все и в каждой статье ставить 2-3 ссылки на трастовые сайты.

Во-первых, это хорошо в глазах поисковых систем если вы ссылаетесь на авторитетные сайты.

Во-вторых, авторы этих сайтов могут помочь в продвижении вашей статьи. Более того, это хороший способ познакомиться со многими крутыми блогерами.

SEO для регионального бизнеса

19. Ключевые слова

Продвижение регионального бизнеса имеет свои особенности. Как минимум, при оптимизации такого сайта вам нужно включить регион/город и основное ключевое слово в:

- Title
- Заголовок
- Текст страницы
- URL
- Атрибут Alt у изображений.

20. Информация о компании

Включите информацию о компании (название, адрес, номер телефона) на каждую страницу сайта. Важно, чтобы данные были оформлены в разметке Schema. Можете использовать готовый шаблон:

```
<div itemscope itemtype="http://schema.org/LocalBusiness">
  <p itemprop="name">Название компании</p>
  <p itemprop="address" itemscope itemtype="http://schema.org/PostalAddress">
    <p itemprop="streetAddress">Адрес</p>
    <p itemprop="addressLocality">Город</p>
    <p itemprop="addressRegion">Область</p>
    <p itemprop="postalCode">Почтовый индекс</p>
    <p itemprop="telephone">Номер телефона</p>
    <meta itemprop="latitude" content="Широта" />
    <meta itemprop="longitude" content="Долгота" />
  </div>
```

Широту и долготу можно узнать нажав в нужной точке на карте Google "Правую кнопку мыши > Что здесь?".

Нажмите здесь чтобы скачать...

21. Просите отзывы

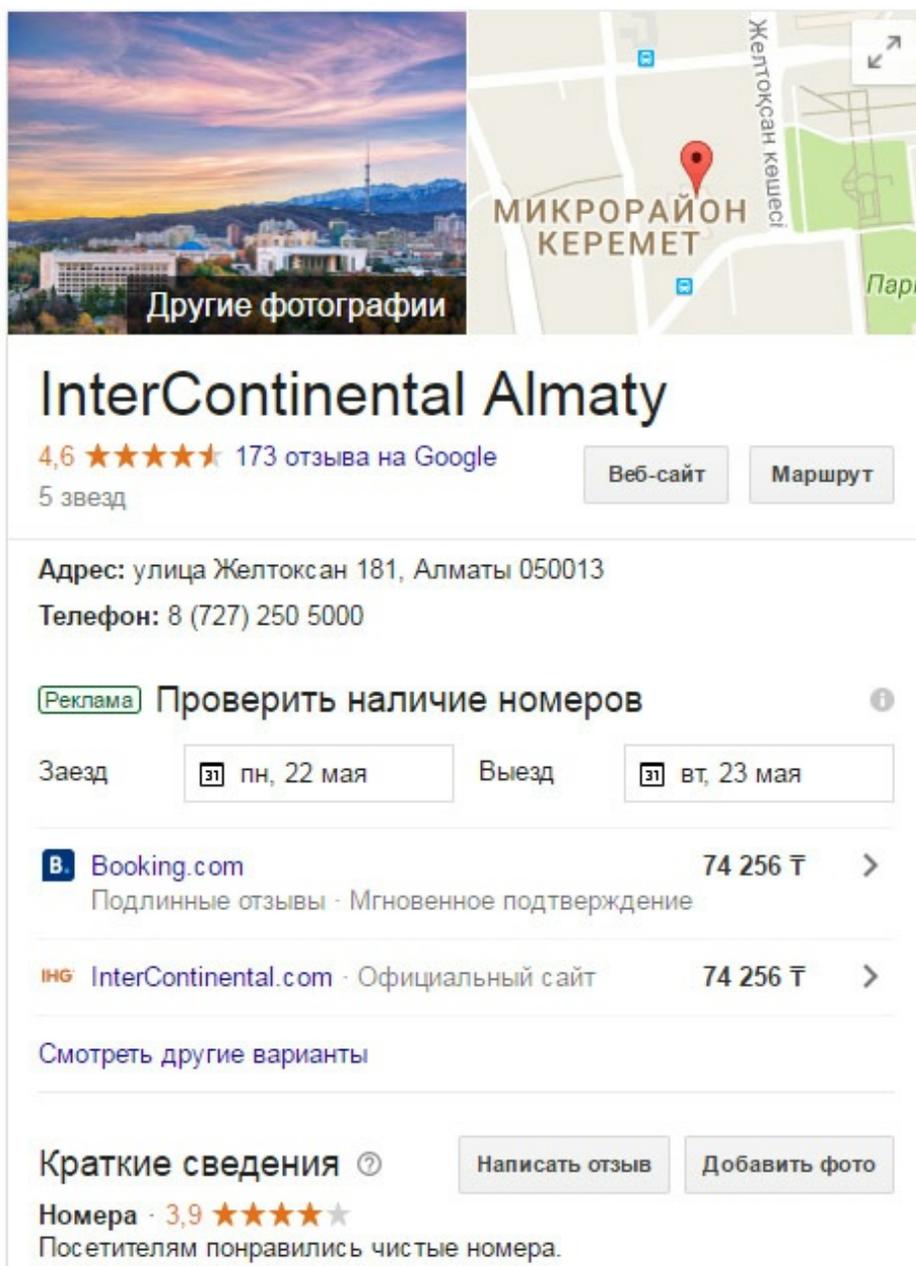
При продвижении регионального сайта особенно важно получать положительные отзывы в Google и Яндекс.

Будьте проактивны и не стесняйтесь просить отзывы у клиентов. Вы можете делать это индивидуально или автоматизировать процесс с помощью email (триггерные рассылки).

22. Как Google может помочь вашему бизнесу

Зарегистрируйте свою компанию в [Google Мой бизнес](#). После верификации она будет отображаться на картах Google и показываться в локальном поиске.

Что удобно, пользователи смогут увидеть необходимую информацию прямо в выдаче: график работы, адрес, фото здания и отзывы.



InterContinental Almaty
4,6 ★★★★★ 173 отзыва на Google
5 звезд

Адрес: улица Желтоқсан 181, Алматы 050013
Телефон: 8 (727) 250 5000

Реклама Проверить наличие номеров

Заезд Выезд

B Booking.com 74 256 ₸ >
Подлинные отзывы · Мгновенное подтверждение

ING InterContinental.com · Официальный сайт 74 256 ₸ >

Смотреть другие варианты

Краткие сведения ⓘ
Номера · 3,9 ★★★★★
Посетителям понравились чистые номера.

Написать отзыв Добавить фото

Также, люди смогут проложить маршрут до вашей компании на картах Google.

Например:

Если вы - владелец кафе, человек, ищущий место, где можно поблизости перекусить, увидит все ближайшие заведения, отмеченные на картах, в том числе и ваше заведение. При желании он сможет позвонить и забронировать столик.

23. Яндекс тоже спешит на помощь

Помимо Google, ежемесячно 46 млн человек ищут организации в Яндексе. Часть этого трафика вы можете получить зарегистрировавшись в [Яндекс.Справочнике](#).

После добавления организации ее можно увидеть в поиске, на картах Яндекса и в Яндекс.Навигаторе. Пользователь сможет увидеть ваш:

- Сайт
- Номер телефона
- Адрес
- Фотографии
- График работы
- Отзывы пользователей.



24. Анонсы статей и товаров

При публикации статей на блоге или поступлении новых товаров в интернет-магазин делайте анонсы в социальных сетях.

Вроде бы элементарно, но люди часто об этом забывают.

Делая анонс прикладывайте красивые картинки. Согласно исследованиям, публикации с изображениями получают больший отклик.

25. Создайте страницу в Facebook для компании

Создайте для своей компании страницу в Facebook.

Во-первых, вам будет проще контактировать со своей аудиторией и делать анонсы важных новостей.

Во-вторых, это будет дополнительным положительным сигналом при запуске платной рекламы.

26. Профиль в Twitter

Если вы активно пользуетесь Твиттером, не забудьте в профиле указать ссылку на свой сайт.

Обычно после подписки люди первым делом смотрят на профиль, и при наличии сайта могут посетить его.

27. Био в Instagram

Если вы активны в Instagram, укажите в биографии ссылку на свой сайт. Это единственное место, где вы можете ставить ссылки, поэтому воспользуйтесь этой возможностью.

28. Добавьте ссылку в свой в Skype

Если вы часто общаетесь в Skype, будет не лишним указать адрес своего сайта в статусе.

29. Ссылки в тематических социальных сетях

Если вы присутствуете в тематических социальных сетях/группах, время от времени публикуйте ссылки на свои интересные статьи или популярные товары. Так как аудитория заинтересованная, можно получить немало переходов.

Плюс к этому, укажите ссылку на сайт в личном профиле.

30. Автоматизация анонсов

Делаете анонсы в социальных сетях?

Если да, то круто. Но я хочу задать не менее важный вопрос: насколько часто?

Повсеместная ошибка - делать анонс один раз и думать что этого достаточно. Помните, с помощью одного твита или расшаривания невозможно охватить всех друзей и подписчиков.

С другой стороны, сидеть и каждый день постить статьи очень утомительно...

В решении этой проблемы вам поможет сервис Buffer. С помощью него вы сможете сделать [автоматический постинг в социальные сети](#).

Каждую статью я советую анонсировать:

- В Twitter: два раза в день публикации, через день в течение недели и еженедельно в течение месяца
- В Facebook и VK: один раз в день публикации и еженедельно в течение месяца.

* Для каждой расшариваемой страницы придумайте 2-3 разных заголовка. Во-первых, расшаривая одно и то же вы можете показаться назойливым. Во-вторых, по количеству переходов, лайков и репостов вы поймете, какой заголовок привлекает больше всего внимания. Зачем? Этот заголовок станет хорошим кандидатом на Title страницы.

31. Найдите единомышленников

Знаете в чем смысл маркетинга?

Смысл маркетинга в том, чтобы найти нужных людей и отсеять остальных. А в этом вам помогут социальные сети.

Найдите в социальных сетях тематические группы и вступите в них. Будьте активны: задавайте вопросы, помогайте другим, оставляйте комментарии. Ну и время от времени постите ссылки на свои статьи/товары.

32. Ссылка в Google+

Многие игнорируют Google+. Но в то же время в некоторых нишах эта социальная сеть работает хорошо.

Если у вас есть профиль в Google+, обязательно укажите в био ссылку на свой сайт и время от времени публикуйте анонсы в тематических группах.

Также наличие аккаунта в Google+ будет дополнительным положительным сигналом при продвижении сайта.

33. Обоюдное продвижение в Instagram

Если вы присутствуете в Instagram, этот метод вам подойдет.

Шаг 1. Найдите аккаунты в Instagram, на которые подписана ваша целевая аудитория.

Шаг 2. Предложите администраторам аккаунтов с таким же количеством подписчиков что и у вас обоюдное продвижение.

Например, ваш партнер делает публикацию, в которой рассказывает про ваше заведение, товары или услуги. Вы в свою очередь рассказываете своим фолловерам о продуктах вашего партнера.

34. Репосты в Whatsapp

Если большинство посетителей заходит на ваш сайт с мобильных устройств, сделайте возможность репоста через Whatsapp.

Вы можете удивиться, насколько часто люди расшаривают контент через этот мессенджер.

35. Создайте свою группу в Facebook

Создайте свою группу в Facebook и общайтесь со своей целевой аудиторией.

Большая аудитория в группе поможет вам в продвижении контента и в изучении потребностей рынка.

Только будьте осторожны, не публикуйте слишком часто рекламные материалы, чтобы у подписчиков не сложилось плохого впечатления о вас.



КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГ

36. Возьмите интервью у популярного человека в своей нише

Составьте список людей, которые имеют свою большую аудиторию и которые известны как эксперты. Проведите интервью как минимум с тремя такими экспертами и опубликуйте их на своем сайте.



После выхода интервью эксперты скорее всего поделятся ей со своей аудиторией. Если повезет, помимо трафика вы даже можете получить позиции в поиске по запросу имени эксперта, с которым вы провели интервью.

37. Создайте экспертный опрос

Проведение интервью - это круто.

Но что если я вам скажу: вы способны получить в пять-десять раз больше трафика.

Думаете я шучу?

Отнюдь.

Это вполне возможно с помощью экспертного опроса. Выглядит это так: вы вовлекаете в ваш контент не одного человека, а нескольких. В идеале - несколько десятков.

Таким образом, вместо одного человека ваш материал будут продвигать большое количество людей.

Но помимо продвижения, вы получите фантастический контент. А как может быть иначе, если целая куча экспертов делится со своими секретами.

Представим, у вас интернет-магазин по продаже снастей для рыбака. Вы можете связаться с самыми известными экспертами по рыбалке и спросить, на что лучше ловить ту или иную рыбу. Или какие снасти должен иметь каждый уважающий себя рыбак.

Каждый эксперт даст ценные советы, поделится опытом, а после выхода статьи скорее всего расскажет о ней своим читателям/подписчикам.

Я не особо разбираюсь в рыбалке, но вышеописанная тактика работает во многих нишах. Так почему бы вам не попробовать ее внедрить?

38. Сделайте акцент на низко-частотных запросах

Чтобы получить посетителей по популярным запросам потребуется много времени. Вместо этого выберите темы для статей по низко-частотным запросам.

Такие запросы менее конкурентны, в связи с чем вы быстрее выйдете на хорошие позиции в поиске и начнете получать посетителей.

39. Запишите подкаст

Кроме классического интервью, вы можете записать подкаст с экспертами своей ниши.



Помимо публикации подкаста на блоге вы можете выложить ее на iTunes, Podster или даже на YouTube. Так, с помощью бóльшего охвата вы получите узнаваемость бренда и дополнительный трафик на свой сайт.

Вначале может быть непросто получить согласие больших экспертов на участие в подкасте. Но со временем люди будут охотно соглашаться.

После выхода подкаста попросите гостя рассказать об этом выпуске своим подписчикам, читателям.

40. Снимите видеоролик

Помните, контент не ограничивается только текстами. Попробуйте записать интересный видеоролик. Это может быть обзор какого-нибудь сервиса или даже своего продукта.

Во-первых, иногда люди предпочитают визуальный контент и возможно видео - именно тот формат, который

больше всего подходит вашей аудитории.

Во-вторых, не забывайте что YouTube - вторая по величине поисковая система в мире. Ваши видео могут не только получить сотни просмотров, но и привести людей на ваш сайт.

Для экономии времени вместо того, чтобы записывать ролик с нуля, вы можете сделать видео-версию уже существующей статьи. Более того, если в поисковой выдаче по ключевому слову, по которому вы продвигаетесь есть видеоролики - вам обязательно нужно записать свой.

* Вам необязательно покупать дорогое оборудование для записи живого видео. Вы вполне можете начать с записи скринкастов (видео с экрана монитора). Этот формат особенно хорошо работает когда нужно сделать обзор какого-нибудь сервиса, программы или плагина.

41. Проведите вебинар

Возможно вы усомнитесь в том, что проведение вебинара может увеличить посещаемость сайта.

Я скажу так: многое зависит от того, как вы подойдете к этому вопросу.

Если вы сделаете грамотное продвижение вебинара и приготовите классный контент, то трафик не заставит себя ждать.

Шаг 1. Выберите тему, которая интересна вашей аудитории.

Шаг 2. Сделайте условием участия в вебинаре репост или ретвит страницы приглашения.

Шаг 3. Продвигайте вебинар в социальных сетях, в рассылке и на тематических сайтах.

Важно! Сделайте так, чтобы каждый участник вебинара попал в вашу email рассылку. Нацеливайтесь не на разовую встречу, а на долгосрочные взаимоотношения.

44. Создайте бесплатный продукт

Создайте ценный продукт и раздавайте его бесплатно. Это может быть электронная книга, небольшая программа или что-то еще.

Важно, чтобы продукт был интересен вашей аудитории. Условием скачивания продукта вы можете сделать репост или подписку на рассылку.

Например, пост анонсирующий бесплатную электронную книгу агентства Текстерра получил несколько тысяч расшариваний:



42. Используйте технику "Небоскреб"

Техника "Небоскреб" была придумана популярным западным SEO специалистом Брайаном Дином.

Суть техники в следующем:

Шаг 1. Найдите самые популярные статьи в своей нише. Выберите одну, которая имеет наибольшее количество обратных ссылок, расшариваний и комментариев.

Шаг 2. Напишите статью, во много раз превосходящую по качеству и пользе ту статью, которую вы выбрали.

Шаг 3. Отправьте письмо всем, кто поставил ссылку на статью конкурента, сделал ретвит и оставил комментарий. Попросите ознакомиться с вашим материалом: поставить ссылку, сделать репост и оставить комментарий.

43. Делайте дайджесты

Еще один способ мотивировать людей продвигать ваш контент - составить свой дайджест.

Это может быть подборка лучших статей, лучших блогов или товаров.

Например, моя подборка [топ блогов про интернет-маркетинг](#) получила более 5,5 тыс. просмотров за первые 5 дней после публикации:

Страница	Просмотры страниц	Показатель отказов	Процент выходов	Ценность страницы
1. /marketing/55-blogov.html	5 577 % от общего количества: 52,53 % (10 617)	1,13 % Средний показатель для представления: 1,67 % (-32,77 %)	41,56 %	0,00 \$ % от общего количества: 0,00 % (0,00 \$)

Могу поспорить, все кто попал в вашу подборку с превеликим удовольствием начнут про него рассказывать другим. Лично я так и поступаю 😊

После выхода дайджеста уведомите тех, кто в нее попал.

45. Напишите объемную статью

Большинство блогов неправильно подходит к созданию контента.

Согласно статистике, 82% блогов публикуют статьи объемом менее 1 тыс. символов, и всего 1,4% контент свыше 2 тыс. символов:



Если вы хотите поднять посещаемость блога, вам следует ориентироваться на создание объемного контента (более 2 тыс. символов).

Объемный контент имеет больше шансов заполучить хорошие позиции в поиске. Также увеличится среднее время на сайте.

46. Сделайте сравнение своих продуктов с товарами конкурентов

Это один из самых неочевидных и в то же время эффективных способов повышения посещаемости сайта.

Возьмите товары конкурентов и сделайте сравнение с вашими продуктами.

Во-первых, многие ищут в интернете альтернативы популярным товарам.

Во-вторых, вы можете получить позиции в поиске по запросу названия товара вашего конкурента.

Вы используете популярность конкурента в свою пользу. Разве не гениально?

ИНСТРУМЕНТЫ

47. Image Sharer

Если у вас на сайте есть красивые изображения, возможно ваша аудитория не прочь делиться ими в социальных сетях.

В таком случае нет приложения лучше [Image Sharer от Sumo](#).

Оно работает гениально: когда посетитель подносит курсор к картинке, появляются иконки социальных сетей, кликнув на которые можно репостнуть изображение.

48. Highlighter

Знаете от чего зависит вирусность статьи? Она зависит от качества контента и легкости процесса расшаривания.

Чем качественнее контент и чем проще им поделиться, тем больше репостов и расшариваний она получит.

Насчет качества контента можно говорить долго, но вот легкость расшаривания... Ее можно достичь с помощью приложения Highlighter - еще одного инструмента от Sumo.

После его установки посетитель, который выделит отрезок текста на вашем сайте получит возможность поделиться ею в социальных сетях.

49. Social Locker

Если меня спросят, как гарантированно увеличить расшариваемость контента, я скажу: установите [Social Locker](#).

Если вы не в курсе, это плагин, с помощью которого можно скрыть часть контента на своем сайте. Человек сможет увидеть этот контент только после того, как сделает ретвит или репост.

Чтобы не раздражать читателей, советую не закрывать сам контент, а создать бонус, который можно скачать только после расшаривания статьи.

Поверьте мне, это тот инструмент, который при грамотном использовании может увеличить расшариваемость ваших материалов в разы.



50. Добавьте кнопки социальных сетей

Чтобы получить больше репостов, сделайте процесс расшаривания легким. Если у вас сайт на WordPress - установите кнопки социальных сетей от Sumo.

Желательно, чтобы кнопки находились слева или справа от экрана пользователя в фиксированном положении.

Почему именно так?

Дело в том, что вы не знаете, на каком этапе просмотра страницы человек захочет сделать репост. Если у вас кнопки будут находиться только вверху или внизу статьи, посетитель может забыть о своем намерении сделать репост.

51. Вирусные цитаты

Люди любят цитаты. Их можно встретить везде: в статусе WhatsApp`а, в метро, на стене подъезда...

Люди невероятно быстро запоминают цитаты и используют их в разговоре.

Так почему бы не использовать силу цитат в свою пользу?

Как именно?

Один из моих любимых способов - включить интересные цитаты в свои статьи. Но не просто добавить, а включить возможность быстро поделиться ее в социальных сетях.

Человек, которому понравилась та или иная цитата может в один клик ретвитнуть ее на своей страничке. Фишка в том, что в твите будет содержаться ссылка на вашу статью. Таким образом образуется вирусный эффект.

Если у вас сайт на WordPress, вы можете реализовать эту методику с помощью плагина Better Click to Tweet.

52. Твитнуть это немедленно

Наверняка вы заметили, что после каждой методики у меня стоит кнопка "Ретвитнуть".

Она также призвана увеличить вирусность поста. Так, если человеку понравилась методика, он сразу может поделиться ею в Твиттере.

Фишка в том, для каждой методики появляется свое описание. Попробуйте чтобы удостовериться 😊

То же самое вы можете сделать на своем сайте с помощью сервиса Click to Tweet.

53. Сделайте презентацию SlideShare

Если у вас блог, определите свои самые популярные статьи. Обращайте внимание на количество просмотров, расшариваний и комментариев.

Далее, возьмите одну из статей и оформите ее в виде презентации. Затем, загрузите ее в SlideShare указав ссылку на оригинал.

Этот прием позволит увеличить охват и как следствие получить дополнительный трафик с площадки Slideshare.

Плюс к этому, блогеры, которым понравится ваша презентация могут встроить ее на свой сайт, что еще больше увеличит узнаваемость вашего бренда.

Больше интересного про Slideshare вы можете узнать [в статье](#) Романа Скрупника.

54. Инфографика

Вместо презентации вы можете сделать инфографику самой популярной статьи.

Здесь самое важное - продвижение. Опубликуйте инфографику в социальных сетях и на форумах.

Свяжитесь с авторами блогов вашей тематики и предложите им опубликовать инфографику у себя. Ваша цель - чтобы блогеры указали авторство поставив ссылку на оригинал.

55. Работа с упоминаниями бренда наоборот

Если вы упоминали экспертов или какие-нибудь бренды в своих материалах, дайте им знать об этом

написав email.

Или...

В анонсе в социальных сетях отметьте упомянутых людей через @. Вполне возможно, кто-то из них поделится вашей работой со своей аудиторией.

56. Поиск заинтересованных читателей

А вы знаете, как наиболее точно предсказать, будет ли интересен человеку ваш материал или нет?

А я знаю 😎

Все просто:

Если человеку понравился материал на эту же тему, то ему понравится и ваша статья.

Например, если некий Василий ретвитнул статью об увеличении продаж, значит наверняка он не будет против прочитать вашу статью на эту же тему.

Но как найти людей, которые ретвитнули статью на ту же тему что и ваша?

Для этого введите в BuzzSumo URL конкурирующей статьи и нажмите View Sharers. Сервис предоставит список людей, сделавших ретвит этого материала:

The screenshot shows two article cards from BuzzSumo. Each card displays the article title, domain, author, date, and a 'View Sharers' button. To the right of each card are two circular indicators showing the number of backlinks and sharers.

Article Title	Domain	Author	Date	View Backlinks	View Sharers
10 страхов, из-за которых бросают контент-маркетинг	webpromoexperts.com.ua	Ната Заяц	Jun 14, 2016	100	0
Пироги тётки Авдотьи: контент-маркетинг и PR для нового продукта	cozza.ru		Oct 25, 2016	261	10

Все что вам нужно - написать письмо человеку и предложить ознакомиться с вашей статьей.

Можете использовать готовый шаблон письма 📧

[Скачать шаблоны писем](#)

57. Просьба о ссылке

Очевидный, но часто игнорируемый способ получения ссылок: вы находите сайты, которые ссылаются на

ваших конкурентов и просите дать ссылку вам.

Хоть все и выглядит просто, у этого метода есть одно условие: ваш контент должен быть во много раз лучше чем у конкурентов, иначе зачем человеку менять чужую ссылку на вашу?

Во-первых, найдите в поиске сайты из ТОП-10 по вашему ключевому запросу.

Во-вторых, найдите сайты, которые на них ссылаются. Для этого можете использовать программу [SEO SpyGlass](#) или сервисы MOZ, Ahrefs.

В-третьих, напишите письмо владельцам ссылающихся сайтов с просьбой поставить ссылку на ваш сайт. Можете использовать готовый шаблон письма 📧

[Скачать шаблоны писем](#)

* Возможно, сайты из ТОП-10 покупали эти ссылки. Если так, просить бессмысленно. Узнать, купленная ссылка или нет вы можете в этой статье.

58. Поиск адвокатов бренда

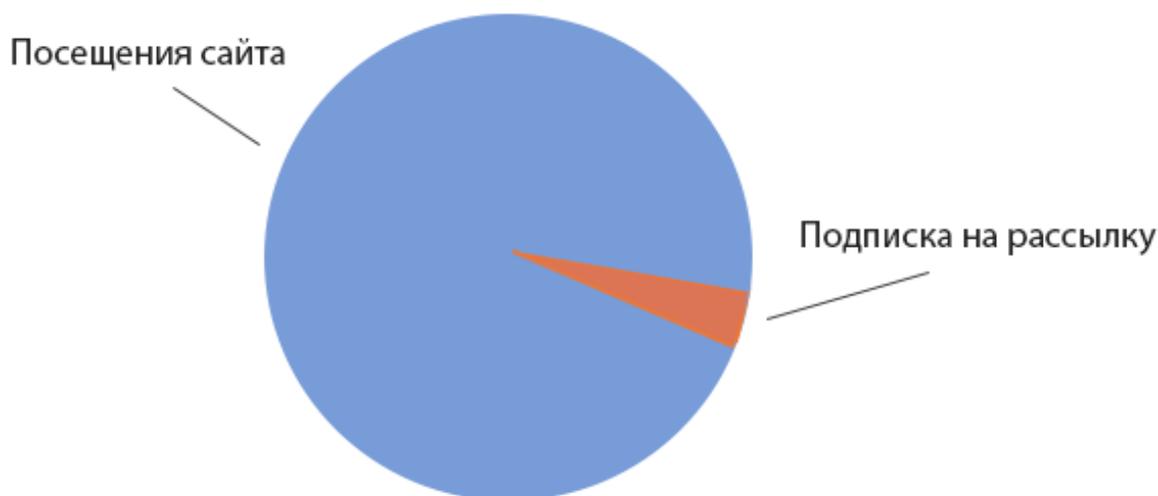
Если человек расшаривает ваш контент, это говорит о том, что:

- Ему понравился ваш материал
- Он заинтересован в этой теме.

Раз так, лучшее, что вы можете сделать - сохранить данные этого человека и уведомлять его о выходе новых материалов.

С одной стороны, эту задачу решает email рассылка. Но с другой стороны, далеко не каждый на нее подписывается. Можно даже сказать, что большинство посетителей вашего сайта не подписывается на рассылку.

Лучшие конверсии по подпискам на рассылку обычно не достигают и 10%, а зачастую это жалкие 2-3%:



В этом вопросе людей понять можно, ведь так много владельцев сайтов ведут рассылку неправильно. Из-за этого многие теряют доверие к этому каналу общения. Но это - тема другого разговора.

Для нас важно то, что большинство людей, расшаривших ваш контент больше не вернутся. Самое мудрое решение с вашей стороны - найти этих людей и спросить, не против ли они получать обновления вашего блога.

Например, если человек ретвитнул вашу статью об увеличении продаж, вы спрашиваете его, не против ли он, если вы звякните ему когда в следующий раз выйдет полезный материал на эту тему.

План действий:

Шаг 1. Введите в BuzzSumo URL своей статьи.

Шаг 2. Нажмите на View Sharers чтобы увидеть тех, кто ретвитнул ее.

Шаг 3. Найдите их email адреса. Вам поможет [это руководство](#).

Шаг 4. Напишите email. Можете использовать этот шаблон 📧

[Скачать шаблоны писем](#)

* Если не получается найти email адрес человека, напишите им прямо в твиттере через личное письмо или твит упомянув вначале его юзернейм (@username)

59. Поиск обсуждений

С помощью инструмента Buzz Bundle вы можете поднять процесс продвижения контента на новый уровень.

Buzz Bundle помогает вам найти обсуждения интересующей вас темы по всему интернету. Форумы, социальные сети, блоги - обсуждения со всех этих площадок тщательным образом собирает Buzz Bundle.

Вам нужно включиться в нужную беседу и дать ссылку, совет или упоминание вашего контента. Более подробно о настройках программы вы можете узнать [в видеоуроке](#) Михаила Шакина.

EMAIL МАРКЕТИНГ

60. Начните формировать базу email подписчиков

Надеюсь у вас есть база email подписчиков. Если нет, позвольте спросить, чем вы занимались все это время?

Запомните, email подписчики - это самый большой актив интернет-предпринимателя. Лояльные подписчики с радостью посетят ваш сайт и купят ваши продукты.

Если вы с умом подойдете к email-маркетингу, подписчики не только станут вашими друзьями и клиентами, но и людьми, которые ориентируют вас на рынке спроса и предложения.

61. Двухступенчатая подписка

Слышали про силу "нескольких да"? Если вкратце, суть в следующем:

Человек, который несколько раз ответил согласием скорее всего сделает тоже самое в следующий раз.

Знание этой психологической особенности поможет вам в увеличении посещаемости сайта.

Как?

После подписки на рассылку предложите людям какой-нибудь бонус за репост или ретвит. Человек, который уже прошел несколько этапов чтобы попасть в вашу рассылку скорее всего согласится и сделает репост.

Для реализации этого вы можете создать отдельную страницу, куда вы будете переправлять людей после подписки. Бонусный контент вы можете закрыть с помощью плагина [Social Locker](#).

62. Анонс новых постов

После публикации поста на блоге или появления продукта в интернет-магазине расскажите об этом подписчикам отправив письмо.

Кто-то прочтет вашу статью и оставит комментарий. Кто-то сделает репост.

Кто-то увидит ваш новый продукт и купит его. Кто-то скажет что по такой цене он этого делать не будет.

В любом случае, вы в выигрыше. Хорошая реакция у подписчиков - значит вы все делаете правильно. Плохая реакция? Вы знаете, что именно пошло не так. Разве не славно?

Представим, у вас 5 тыс. подписчиков. Если ваш CTR равняется 10%, то ваш сайт посетят 500 человек. Только подумайте, 500 посетителей с помощью всего одного письма. Если вы делаете рассылку еженедельно, то это 2 тыс. дополнительных посетителей в месяц.

63. Для тех, кто пропустил

У ваших подписчиков как и у всех людей есть множество забот. Как бы они не любили вашу рассылку, все равно иногда они будут пропускать ваши письма. Не увидел, пропустил, на заходил в интернет...

Что вы можете с этим поделать?

Я долго думал над этим вопросом и нашел ответ совершенно случайно: я подписан на множество рассылок и иногда некоторые авторы отправляли одно и тоже письмо дважды. Правда есть пара нюансов:

- Второе письмо приходило через пару дней после первого при условии, что я его не открывал.
- Тема второго письма немного отличалась от первого.

Я решил попробовать эту технику и начал отправлять повторное письмо не открывшим первое. Я был поражен: множество людей, не открывших первое письмо открыли второе. Общий процент открываемости писем вырос примерно на 10%.

Скажем, у вас 5 тыс. подписчиков. С помощью этой простой техники ваше письмо прочтет на 500 человек больше. Умопомрачительно - первое слово, которое пришло в мою голову в тот момент 😊

64. Попросите подписчиков переслать письмо

На этом блоге и в своей рассылке я часто стараюсь приносить пользу людям. Но как вы знаете, создавать качественный контент непросто. Требуется опыт, время и много терпения.

Но знаете что сложнее всего? Нет ничего тяжелее, чем видеть, как статья, над которой ты много трудился не получает должного внимания.

И все чаще я начал задаваться вопросом, как сделать так, чтобы еще больше людей посетили мой блог и прочитали мою рассылку.

И вот как-то совершенно случайно отправляя очередную рассылку я увидел ссылку "Переслать другу". Это ссылка, нажав на которую ваш подписчик может переслать ваше письмо кому-то еще.

И вдруг меня осенило: если я хочу, чтобы мою рассылку прочитали еще больше людей, просто нужно попросить о помощи. Все что от вас требуется - отправляя в следующий раз письмо подписчикам попросить их переслать его другу.

Вот так все просто.

Кстати, вы можете помочь мне с продвижением этой статьи и прямо сейчас сделать ее репост/ретвит. Заранее спасибо 😊

65. Приобретите базу email подписчиков

Этот способ немного рискованный и трудозатратный. Но при правильном исполнении может надолго решить ваши проблем с генерацией трафика.

Что вам нужно сделать:

Вариант 1. Найдите некогда активный сайт, который приостановил свою деятельность. Предложите владельцу сайта продать базу email подписчиков.

Вариант 2. Если не хотите рисковать, договоритесь о пиаре вашего сайта среди его подписчиков. С помощью этого метода вы получите не разовый трафик, а постоянных посетителей.

Важно: если вы всерьез задумались использовать эту методику, подпишитесь на мою рассылку и я вас бесплатно проконсультирую по этому вопросу.

Бонус...



66. Партнерство с другим сайтом

Не устану говорить про возможности удачного партнерства. Вдвоем можно сделать намного больше чем в одиночку.

Слышали фразу "Один в поле не воин?". Это очень справедливо и в интернет-бизнесе.

Что вам нужно сделать:

Найдите сайт в той же нише, что и ваш. Предложите сотрудничество владельцу сайта: вы продвигаете их, а они - вас. Вы можете рекламировать друг друга на блоге, в рассылке или в социальных сетях.

Намного лучше, если у вашего партнера аудитория больше вашей. Не пугайтесь, здесь важна общность взглядов. Владелец маленького сайта может отклонить ваше предложение из-за костности своих убеждений. И наоборот, популярный блогер может согласиться с вами из-за общности ваших взглядов.

67. Проведите вебинар для чужой аудитории

Почти все успешные партнерства строятся по принципу Win-Win. Если вы хотите плодотворного сотрудничества, пользу должны получить обе стороны.

Как раз нечто подобное случается при проведении вебинара для чужой аудитории.

Во-первых, ваш потенциальный партнер в выигрыше, так как вы даете его слушателям много ценной информации.

Во-вторых, вы получаете новых посетителей на свой сайт.

Все что вам нужно сделать: найти человека с большой аудиторией и предложить провести бесплатный вебинар для его слушателей.

В ходе вебинара ссылайтесь на свой сайт, где люди смогут найти более подробную информацию по тому или иному вопросу. Но... Помните, вебинар сам по себе должен быть ценным. Иначе люди не только не придут на ваш сайт, но и заклеят вас "водолаем".

68. Создайте комплект продуктов

Вы не задумывались, почему большие торговые сети часто составляют комплект из нескольких продуктов? Часто в супермаркетах можно встретить надписи "2 по цене 1", "3 по цене 2" и т.д.

Они не дураки и знают как работает психология человека.

Хоть вы и не владелец сети супермаркетов, никто не мешает вам использовать ту же тактику.

Например, найдите продукт, который будет интересен вашей целевой аудитории. Далее, свяжитесь с автором продукта и сделайте предложение связать ваш продукт с его в один комплект.

Вся прелесть в том, что в онлайн такой комплект продуктов получит большой рекламный охват (продвижение в двух аудиториях). Так вы оба получите больше трафика и продаж.

69. Запустите акцию совместно с купонным сервисом

При наличии возможности, почему бы вам не сотрудничать с купонными сервисами (Biglion, Kupikupon, Groupon)?

Если повезет, вы можете не только получить трафик с их сайтов, но и сделать продажи по купонам.

70. Задействуйте партнеров

Вы не замечали, множество гениальных идей придумали специалисты по продажам? Порой нет смысла изобретать колесо, а нужно просто использовать зарекомендовавшие себя методы.

Один из таких методов - партнерские продажи. Суть в следующем: люди рекламируют ваши продукты и приводят вам клиентов, за что вы отдаете им процент от продаж.

Всю раскрутку на себя берут партнеры: рассылка, социальные сети, пиар, посты на блогах. Некоторые даже зная эффективность воронки продаж запускают платную рекламу.

Все ваши партнеры заняты тем, что рекламируют ваши продукты и направляют трафик на ваш сайт.

Скажите, разве не гениально?

71. Проведите конференцию или виртуальный саммит

Еще один способ генерации трафика - проведение онлайн-конференцию или виртуального саммита.

Во-первых, участники конференции (ваши подписчики) помогут вам в продвижении мероприятия. Если не уверены, просто попросите их об этом.

Во-вторых, приглашенные спикеры также приведут за собой свою аудиторию. В итоге получится некий синергетический эффект.

Как организатор ивента вы получите много трафика и уйму новых подписчиков.

72. Партнерство с другим автором рассылки

Партнерство с другим автором рассылки - вот что может поднять посещаемость вашего сайта до небывалых высот.

Как обычно, вот пошаговый план:

Шаг 1. Найдите автора рассылки с таким же количество подписчиков что и у вас. В той же или в смежной нише.

Шаг 2. Предложите сделать взаимный пиар: отправить письмо со ссылкой на сайт друг друга. Например, это может быть рекомендация полезной статьи или интересного продукта партнера.

РЕФЕРАЛЬНЫЙ ТРАФИК

73. Напишите гостевой пост

Гостевой пост - еще один пример взаимовыгодного сотрудничества.

С одной стороны, человек, который размещает вашу статью на своем сайте получает пользу: вы даете его аудитории ценную информацию.

С другой стороны вы знакомитесь с новыми людьми и получаете дополнительный трафик.

Шаг 1. Найдите популярные блоги в своей нише. Для этого можете сделать поиск по следующим фразам:

"ваша ниша" + блог, "ваша ниша" + топ блоги.

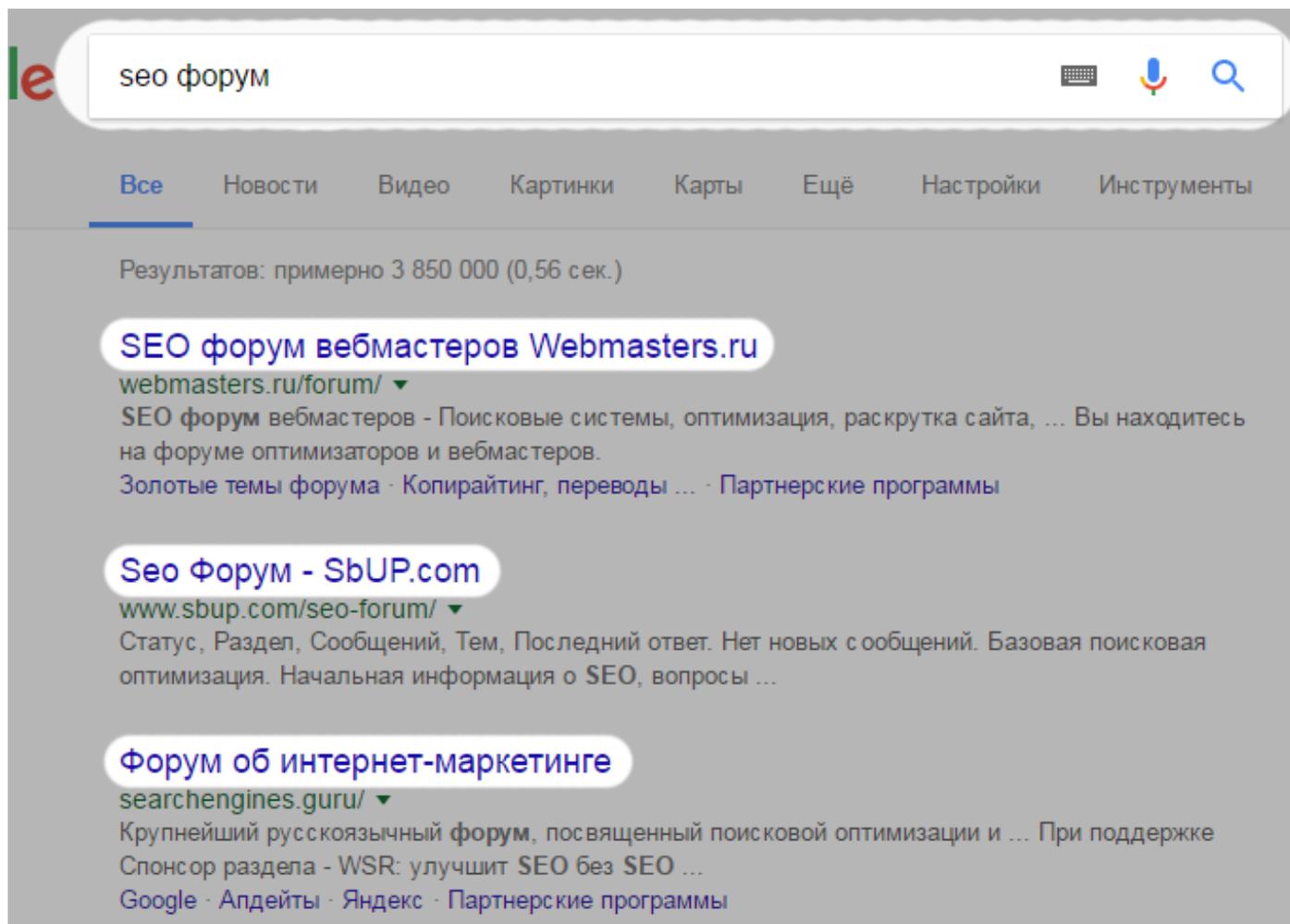
Шаг 1. Предложите авторам блогов написать гостевую статью на определенную тему (выберите что-то интересное).

После согласия автора блога напишите качественную статью со ссылками на свой сайт. Помните, ссылки должны быть уместны, а не поставлены только ради пиара.

74. Форумы

Форумы хороши тем, что там собирается ваша целевой аудитории. Помимо привлечения трафика здесь вы можете найти идеи для будущих публикаций.

Чтобы найти форумы по своей тематике введите в поиск: "ваша ниша" + форум:



Зарегистрируйтесь в нескольких самых популярных площадках. Для начала участвуйте в обсуждениях и наберите кармы.

Затем, начните создавать свои обсуждения и темы. Через некоторое время вы можете публиковать на форуме статьи своего блога со ссылкой на оригинал. Часть людей будет переходить на ваш сайт.

Золотое правило участия в форумах: будьте человеком, дающим ценность. Участвуйте в дискуссиях, делитесь секретами, помогайте другим форумчанам. Постарайтесь стать человеком, материалы которого люди ждут с нетерпением.

75. Дайджесты, подборки и ТОП списки

Один из самых быстрых способов генерации трафика - участие в дайджестах.

Во многих нишах есть подборки лучшего: ТОП статьи, ТОП блоги, ТОП авторы, ТОП продукты и т.д.

Все что вам нужно сделать - найти такие подборки и принять в них участие.

Чтобы найти подборки введите в поиск: "ваша ниша" + "дайджест", "ваша ниша" + "топ блоги", "ваша ниша" + "топ статьи".

Затем, свяжитесь с автором подборки и предложите ему включить в нее вашу статью, блог или продукт.

Можете использовать такой шаблон письма 📧

[Скачать шаблоны писем](#)

* Убедитесь, что материал, который вы предлагаете добавить в подборку действительно один из лучших на рынке. Иначе вы получите отказ.

76. Републикация контента на других сайтах

Если вы ведете блог и вам некогда писать гостевые посты, этот метод - для вас.

Возьмите свои старые статьи и опубликуйте их на сайтах агрегаторах. При републикации укажите ссылку на оригинал.

77. Стратегический гостевой постинг

Этот метод хорошо подходит для молодых сайтов, которые не могут конкурировать по высоко-частотным запросам.

Если это ваш случай, вам нужно найти авторитетный сайт и написать для него гостевой пост на высоко-частотный запрос.

В самой статье вы укажете ссылки на связанные статьи своего блога. Таким образом, вы получаете посетителей по высоко-частотному запросу на чужой сайт, откуда часть людей будет переходить к вам.

78. Оставляйте комментарии на релевантных сайтах

Не знаю как вы, но я люблю посты на блогах. А еще больше я люблю читать комментарии под ними. Подозреваю, что я не один такой.

Вообще, блок комментариев - это место, которое многие недооценивают...

Подумайте сами, что вам стоит оставить комментарий? Минуту-две лишнего времени?

А теперь подсчитайте, сколько времени нужно, чтобы получить возможность гостевого поста на авторитетном блоге? А упоминание эксперта?

Надеюсь вы улавливаете ход моих мыслей?

С одной стороны, оставив комментарий всего за пару минут вы можете засветиться на авторитетном блоге и даже завязать беседу с его автором.

С другой стороны, вы можете потратить несколько недель чтобы опубликовать гостевой пост на этом же

блоге.

Конечно в первом случае вы не получите так много внимания, но все же его достаточно, чтобы увеличить посещаемость сайта.

Каждый месяц я получаю несколько сотен посетителей на свой сайт только с помощью комментариев. При этом я редко их пишу. В лучшем случае раз в неделю...

Более того, если вы оставите ценный комментарий, автор может добавить его в статью и поставить ссылку на ваш сайт.

Давайте даже сделаем эксперимент:

Если вы напишите в комментариях ниже этого поста эффективный метод генерации трафика, которого нет в этом списке, я добавлю его в статью со ссылкой на вас.

Давайте попробуем...

В худшем случае вы попрактикуетесь в написании комментариев. В лучшем - получите ссылку (о важности чего мы говорили) и возможно дополнительный трафик с моего блога.



79. Добавьте адрес сайта на визитку

Если вы часто обмениваетесь визитками, добавьте в нее ссылку на свой сайт. Удивительно, но таким способом можно получить немало трафика.

Для большего эффекта вы можете убрать с визитной карты свой номер телефона и адрес электронной почты. Таким образом, у ваших контактов не будет иного выбора как найти вас через сайт.

* Данный метод особенно хорошо работает для корпоративных сайтов.

80. Ваш офис

Торговый павильон, офис, склад - любое место, куда приходят клиенты должно помогать в продвижении вашего сайта.

Если человек не готов к покупке в данный момент, запомнив адрес вашего сайта он может посетить его позже и совершить транзакцию.

Вы можете указать адрес сайта в любом месте: на стенах, у кассы, в рекламных материалах, на бегущей строке снаружи здания.

81. Спонсорство на мероприятиях и конференциях

Найдите конференции и мероприятия, куда съезжается ваша целевая аудитория. Предложите

организаторам стать одним из спонсоров. Так, участники мероприятия познакомятся с вашей компанией и посетят ваш сайт.

Для большего эффекта вы можете мотивировать участников какими нибудь плюшками в виде боунсов, триалов, скидок и т.д.

* Зачастую спонсорский взнос намного меньше, чем вы можете подумать.

82. Дарите фирменные футболки

Сделайте футболки с названием вашей компании и раздавайте их своим клиентам, друзьям, знакомым и партнерам.

Каждый человек, одевающий вашу фирменную футболку будет рекламировать вас, хочет он того или нет:



Хорошая новость в том, что сейчас можно заказать футболки со своим принтом онлайн за совершенно небольшую сумму.

Если все сложится удачно, вы получите много трафика по брендированным запросам.

* Можно не ограничиваться футболками и ставить свой логотип на ручки, блокноты и даже машину. Плюс к этому, вы получите бóльший эффект раздавая фирменные футболки и ручки на тематических мероприятиях.

КРЕАТИВ

83. Запустите конкурс

Как не крути, люди любят конкурсы. В глубине души каждый хочет почувствовать себя победителем. Кто не любит испытать фортуны?

Один из неочевидных способов генерации трафика - проведение конкурса.

Суть в том, чтобы придумать такое условие конкурса, которое гарантирует увеличение посещаемости сайта.

Например, это может быть:

- Написание статьи со ссылкой на ваш сайт
- Генерация идей для ваших будущих публикаций
- Рассказ об истории использования вашего продукта. В этом случае вы не только получите много трафика, но и большое количество историй/кейсов, лучшую узнаваемость бренда и лояльность клиентов.

Главное, приз должен быть таким, который мотивирует вашу целевую аудиторию.

84. Организуйте розыгрыш подарка

Вы можете пойти еще дальше и придумать розыгрыш, по условиям которого победитель получит ценный подарок.

Это может быть ваш собственный продукт или годовой абонемент на использование полезного сервиса. Главное, чтобы ваша аудитория знала о ценности выигрыша и не могла приобрести ее самостоятельно.

Вы можете сделать одним из условий участия репост вашего сайта. Вы даже можете запустить свой хештег в социальных сетях.

Представим, у вас блог об интернет-маркетинге. В качестве подарка хорошо подойдет годовой абонемент на использование SEO сервиса (Топвизор, Serpstat) или email рассыльщика (Unisender).

Если у вас ограниченный бюджет, но имеется большая база подписчиков, вы можете написать в службу поддержки сервиса и попросить подарить годовую подписку. Взаимовыгодное решение: компания получает пиар, а вы - трафик.

85. Скидка за репост

Если у вас интернет-магазин, вы можете мотивировать людей сделать репост или ретвит товара дав небольшую скидку.

Этот прием эффективен по двум причинам:

- Люди любят скидки
- Люди доверяют рекомендациям знакомых.

Если у вас интернет магазин на WordPress, для этих целей вы можете использовать специальный плагин.

86. Составьте тест

Помимо желания быть победителем, человек любит узнавать о себе что-то новое. Эту особенность человеческой природы вы можете использовать в свою пользу.

Как именно?

Составьте тест на тему, которая волнует вашу целевую аудиторию. Важно, чтобы в конце теста человек получал оценку.

Например, если вы ведете блог о бизнесе, может подойти тест под названием "99% бизнесменов не смогут ответить на эти 10 важных вопроса". Прочитав такой заголовок люди начнут спрашивать себя: "Что же это за вопросы?".

Если вы пишете о маркетинге, вашу аудиторию может заинтересовать тест "Узнайте, насколько хороший вы маркетолог".

Когда в конце человек узнает результат теста, попросите его поделиться им в социальных сетях. Многие сделают именно это, так как люди любят хвастаться результатами.

Большинство же тех, кто увидит у знакомого в социальных сетях нечто подобное, не сможет отказать себе в удовольствии тоже поучаствовать.

Интересные тесты могут принести уйму трафика. Один из примеров - компания Grow Food, которые с помощью онлайн-тестов [получили более 100 тыс посетителей](#).

87. Используйте технику "Горячий отзыв"

Горячий отзыв - это один из самых эффективных и быстрых методов получения трафика и ссылок.

Если вкратце, суть данной техники в следующем: вы составляете список продуктов, сервисов и услуг, которыми пользуетесь.

Затем, пишете честный отзыв на каждый продукт и отправляете компании, которая предоставляет ее.

Важно, чтобы ваш отзыв был в виде успешной истории использования продукта. Скорее всего, он (производитель) опубликует ваш отзыв на своем сайте. Если повезет, вашу историю расскажут в социальных сетях и в рассылке.

Эта техника хорошо работает по причине того, что все компании нуждаются в хороших отзывах и удачных кейсах.

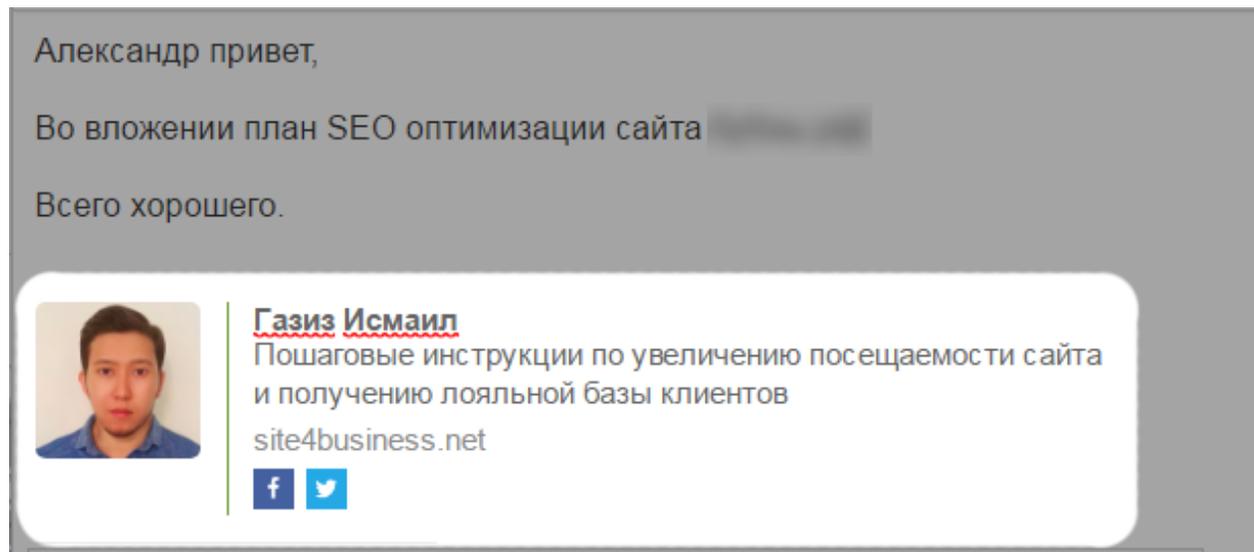
Важно, чтобы ваш отзыв был честным. Не стоит писать липовые отзывы только ради трафика и ссылок. Я знаю что вы этого не сделаете, но все же решил напомнить.

88. Обновите подпись

Если вы часто ведете email переписку, этот способ - для вас. Вам нужно в подписи письма указать ссылку на свой сайт.

А еще лучше, написать небольшой призыв к действию. Так, чтобы у человека была мотивация перейти на ваш сайт.

Подпись вы можете отредактировать в своем почтовом клиенте или использовать специальный сервис (подходит только для Gmail):



89. Используйте PressFeed

С помощью сервиса PressFeed журналисты собирают информацию для своих материалов. Они нуждаются в комментариях экспертов в разных нишах.

Если вы хотите попасть в СМИ и получить реферальный трафик, зарегистрируйтесь в этом сервисе.

Несколько раз в день вы будете получать запросы от журналистов на свою почту. После того, как вы получите вопрос по вашей теме отзовитесь на запрос журналиста. В своем ответе вы можете упомянуть свой сайт или статью по данной теме.

90. Создайте полезный инструмент

Создание полезного инструмента - один из самых действенных способов генерации трафика. Мало того, что люди любят рассказывать друг-другу о полезных сервисах, так еще пользователи будут постоянно возвращаться на ваш сайт.

Хорошие примеры полезных сервисов: [Главред](#) для проверки орфографии, [Advego](#) для семантического анализа текста и др.

Вы можете не ограничиваться только онлайн-сервисами, а создать расширение для браузера или плагин для WordPress.

РЕКЛАМА

91. Facebook

Аудитория Facebook достигла почти 2 млрд человек. Это практически треть населения Земли.

Запустив рекламу на этой площадке вы получите большой охват. Но что интереснее всего, стоимость рекламы в этой социальной сети ниже остальных каналов.

Здесь вы можете выйти на большую аудиторию за разумные деньги.

Плюс к этому, вы можете успешно использовать ретаргетинг.

92. Google Adwords

Обычно, когда интернет-предприниматель задумывается о рекламе, первое что приходит на ум - Google Adwords.

И не просто так, ведь контекстная реклама имеет массу преимуществ. Одна из них - вы получаете посетителей, которые уже проявили интерес к рынку ваших продуктов и услуг.

Также, многое зависит от вашей ниши. В некоторых тематиках плата за переход совсем небольшая, в некоторых - огромная.

93. Контекстно-медийная сеть Google

В отличии от предыдущего этот вид рекламы отличается тем, что ваше рекламное сообщение появляется на сайтах партнерах Google.

Также как и в случае с Adwords, цена рекламы зависит от вашей ниши. Где-то она вменяемая, где-то высокая.

94. Яндекс директ

Контекстно-медийная реклама Яндекса. Вы также можете запустить рекламу в Яндексе: в самом поиске а также на сайтах партнеров.

95. Реклама в Instagram

Если ваши продукты из той категории, которые можно красиво показать, вы можете запустить рекламу в Instagram.

96. Реклама во Вконтакте

Вконтакте является одной из самых популярных, если не самой популярной социальной сетью в рунете.

Дав рекламу здесь вы можете получить наибольший охват, в какой бы нише вы не работали.

97. Ретаргетинг

Вы можете создать кампании по ретаргетингу в Facebook и Вконтакте.

Механизм работает так: вы помечаете людей, которые уже посещали ваш сайт а затем показываете им рекламу в социальных сетях.

Так как эти люди уже знакомы с вашим сайтом, большая часть из них положительно воспримет вашу

рекламу.

98. Реклама на нишевых сайтах

Наверняка в вашей нише есть популярные сайты. Если так, вы можете договориться с их владельцами о размещении рекламы.

Для них преимущество в том, что они будут уверены: их посетители увидят релевантную рекламу, в отличие от рекламной сети Google, которая не может дать такую гарантию.

Вы в свою очередь можете получить меньший ценник, а в качестве бонуса интересных людей для дальнейшего общения/партнерства.

99. Реклама в авторской рассылке

Вы можете найти авторов рассылок, которые имеют большую базу подписчиков и предложить вот что: в следующем письме они рекламируют вас или ваш продукт за денежное вознаграждение.

Так как подписчики доверяют автору рассылки, вы - в двойном выигрыше.

Для нахождения таких авторов посмотрите на рассылки, которые вы читаете сами. Скорее всего именно они подойдут для рекламы вашего сайта/продукта.

100. Реклама на странице благодарности

Вместо того, чтобы продвигать свой сайт в рассылке, вы можете сделать это на странице благодарности. Страница благодарности - это место, куда попадает человек после подписки на рассылку.

Мне нравится этот вариант, так как на этом этапе человек уже прошел несколько стадий, поэтому ему проще пройти еще одну.

Например, на этой странице вы можете предложить человеку свою бесплатную электронную книгу. Владелец сайта, который будет вас рекламировать, может посоветовать эту книгу от себя, или представить вас в роли своего партнера.

101. Индивидуально-настроенная аудитория в Facebook

Если у вас есть база email подписчиков, вряд ли можно найти лучший канал рекламы чем индивидуально-настроенная аудитория в Facebook.

Вот как это работает:

Вы загружаете данные ваших подписчиков. Реклама будет транслироваться только им.

Так, вы получаете:

1. Сокращение рекламного бюджета
2. Лучший отклик, так как люди уже знакомы с вашим брендом.