

Чек-лист по созданию кластера поисковых фраз

- Установить плагин yandex-wordstat-assistant
- Выбрать тему статьи (материала)

Собрать маркерные запросы по теме:

- фразы, точно определяющие тему;
- их синонимы, аббревиатуры, транслитерации и т.п.
- глаголы от существительных;
- фразы-аналоги по интену и цели.
- сделать комбинации.
- Собрать фразы по всем маркерным запросам
- Собранные фразы верно (!) кластеризовать (сделать разбивку)
- Для фраз всех кластеров определить конкурентность и частотность
- Дополнить кластер фразами в другой словоформе
- Дополнительно проверить частотность для измененных и добавленных фраз
- Выбрать 1 или несколько главных фраз в кластере
- Фразы в кластерах расставить в правильной последовательности с учетом конкурентности/частотности
- Проверить кластер

[Чек-лист онлайн](#)

- [Статистика слов от Яндекса \(Яндекс Вордстат\)](#)
- [Плагин для работы в Яндекс Вордстат](#)
- [Сервис для группировки \(кластеризации\) фраз](#)
- [Вспомогательный сервис при кластеризации](#)
- [Сервис для проверки конкуренции и частотности](#)
- [Сервис комбинации фраз №1](#)
- [Сервис комбинации фраз №2](#)

Чек-лист подготовки ТЗ на создание текста и наполнение страницы

Проверить ТЗ

- Есть готовый кластер с ключевыми фразами.
- Проанализирована выдача, понимаем целесообразность использования кластера (для комм. сайтов).
- Собраны **все** LSI слова (из всех источников по всем 11 пунктам в [инструкции](#))
- Выбраны ТОПовые сайты по запросам (ключевым фразам) из кластера
- Собрана сумма структур всех статей с выбранных сайтов одним из двух способов
- Структура пересмотрена и усилена /дополнена по инструкции
- Создана единая и правильная структура собственной будущей статьи
- В ТЗ добавлены главные ключевые фразы целиком
- В ТЗ добавлены все слова по отдельности из остальных ключевых фраз
- В ТЗ добавлены все слова LSI семантики
- Собрана информация о различных блоках оформления страницы
- Вся информация объединена и структурирована в едином тех. задании по образцу

Проверить себя

- Я считаю, что текст по заданной структуре раскроет тему полностью. Не вижу, что можно добавить.
- Я учел (-а), для кого этот текст и какие у этой аудитории интенды, задачи и потребности, и как текст их будет решать.
- Я подумал (-а), как дополнительно усилить текст и страницу, согласовал и добавил (-а) в ТЗ идеи.
- Вижу, что текст и страница будет полезной, удобной и в целом решает задачу пользователя

[Чек-лист онлайн](#)

Чек-лист по проверке готовности текста

Содержание и польза

- Текст адресован конкретной аудитории, релевантен ее интентам и потребностям, помогает решить задачу.
- Текст действительно полезен и информативен.
- Если это информационный текст, он раскрывает тему полностью - не вижу, что можно добавить.
- Если это коммерческий текст, он разъясняет, показывает и убеждает, а не внушает и уговаривает.
- Текст излагается логично, последовательно, связно.
- В тексте нет воды, стоп-слов, штампов и клише.
- Текст изложен простым языком, нет длинных и сложных предложений, читается легко.
- В тексте нет лирики и философии, а есть конкретика, факты и цифры.

SEO и технические критерии

- В тексте использованы все ключевые фразы и слова из ТЗ. Проверено [в сервисе](#).
- В заголовке H1 (тема статьи) использована главная ключевая фраза полностью
- В начале текста (в первые 100-200 символов желательно) использована главная ключевая фраза.
- Плотность стоп-слов в тексте минимальна = 0-0,5%. Проверено [в сервисе](#).
- Оценка спамности текста в сервисе [Тургенев](#) = меньше 5.
- Информативность текста по [glvrd.ru](#) >7,5.
- Частотность самого часто встречаемого слова в тексте не превышает 3% по [istio.com](#).
- Самые частотные слова в тексте - тематические, в идеале слова главной ключевой фразы. Проверено [в сервисе](#).
- Грамматических ошибок в тексте нет. Проверено в [orfogrammka.ru](#).
- Уникальность текста не менее 90% (по [text.ru](#) , [advego](#) или программе Advego Plagiatus ([скачать](#))).

Структура и оформление

- В тексте присутствуют краткое введение (лид) и заключение/выводы
- В заголовке H1 (тема статьи) использована основная ключевая фраза полностью
- Текст структурирован, соблюдена правильная иерархия (заголовки H2-H6). Содержать тематические слова.
- Все заголовки H2-H6 понятные, раскрывают содержание той части текста, которую оглавляют.
- В тексте используются маркированные/нумерованные списки, таблицы, схемы, выделенные блоки с полезной, важной информацией.

[Чек-лист онлайн](#)

[Как работать с сервисами проверки текста](#)

Чек-лист публикации текста

Перед публикацией

- Текст проверен по всем пунктам чек-листа «Проверка готовности текста»
- Знаю что такое сильный текст /сильный контент /сильная страница.
- Знаю какие цели и задачи стоят перед текстом и страницей.
- Подготовлены изображения: сжаты, с понятными названиями

При публикации:

- Текст разместил (-а) в редактор сайта без форматирования ("вставить как обычный текст")
- Соблюдена правильная структура текста: название, введение, меню, заголовки, абзацы, выводы - согласно [алгоритму](#).
- Соблюдены все правила типографики [из инструкции](#) (списки, таблицы, выделенные блоки, и т. п. - всего 11 пунктов).
- Соблюдены правила оформления страницы [по алгоритму](#) (всего 5 пунктов, из которых 2, 3 и 5 обязательно!).
- При работе с изображениями и медиа-контентом придерживался (-ась) [всех правил](#).
- Выполнена внутренняя перелинковка, в т. ч. обратная (минимум 1-2 ссылки на другие связанные статьи).
- Для статьи выбрана подходящая рубрика (одна или несколько). Галочка у «Без рубрики» убрана
- URL понятный, не слишком длинный и сложный, отражает суть статьи.
- По необходимости задана родительская страница.
- Добавлена миниатюра (обложка) страницы.
- Добавлены метки по теме (по необходимости).
- На странице предлагаются четкие целевые действия с призывом.
- Прописан правильный тег title - [согласно правилам](#).
- Прописан правильный мета-тег description - согласно правилам.
- Прописаны правильные атрибуты alt и title к картинкам - согласно правилам.
- На странице всего один заголовок H1, он содержит главную ключевую фразу.
- В заголовках H2-H6 есть разбавленные ключевые или тематические слова и их синонимы.
- Заголовки H2-H6 идут в структуре последовательно и логично.
- На странице добавлены /реализованы факторы E-E-A-T.

После публикации (проверить):

- Пересмотрел (-а) страницу с ПК: удобство пользования, верстка и функционал страницы в порядке, все выглядит ОК, все работает.
- Пересмотрел (-а) страницу с моб. устройства: удобство пользования, верстка и функционал страницы в порядке, все видно, ничего не мешает, все работает.
- Проверил (-а) оптимизацию страницы под мобильные устройства сервисами Google и Яндекс.
- Проверил (-а) скорость загрузки страницы - на ПК и на мобильные устройства. Ставил задачу на ускорение загрузки при необходимости.
- Выполнена микроразметка Schema.org и Open Graph — самостоятельно или ставил задачу тех. специалисту. Пункт 5 [тут](#).
- Проверено наличие тегов в коде страницы. Подзаголовки <h2>..<h6> присутствуют только в тексте (не в блочных и сквозных элементах).
- Страница в целом соответствуем целям, которые ставим перед ней, в т.ч. есть четкие призывы к желаемому действию /конверсии.
- Страница отправлена на индексацию в Google Search Console и в Яндекс.Вебмастер.

[Чек-лист онлайн](#)

Чек-лист по промоутированию и продвижению контента

- Написать пост в личных профилях в соцсетях
- Сделать перелинковку с другими соцсетями. Если материал большой, сделать фрагментацию
- Запустить дешевую таргетированную рекламу в ВКонтакте
- Запустить дешевую рекламу в РСЯ + ретаргетинг
- Запустить дешевую рекламу в ТГ каналах
- Закупить дешевую рекламу у блогеров
- Запустить дешевую рекламу в Google Ads (не в РФ) + ремаркетинг
- Закупить дешевую рекламу в тематических сообществах и площадках
- Отправить рассылку по базе (E-mail + соцсети /мессенджеры)
- Закрепить важную публикацию вверху ленты
- Распространить пост в другие сообщества, в комментариях или на стене
- Отвечать на вопросы на сервисах "Вопрос-Ответ" или на форумах — со ссылкой на подробный ответ в публикации.

Автор

ИВЧЕВСКИ ИГОР

**Специалист по "pre-click & inbound"
маркетингу в Интернете, автор курсов**

- Занимаюсь интернет-маркетингом с 2011 года
- Поработал с более чем 200 бизнесами;
- Продвинул более 150 сайтов;
- Спроектировал более 100 сайтов и лендингов;
- Разработал и настроил более 300 рекламных кампаний;
- Построил более 20 автоматических воронок продаж;
- Провел более 100 консультаций и аудитов.

[Написать автору](#)



Свяжитесь со мной, и мы обсудим, чем могу быть полезен вам и вашему бизнесу