

РЫНОК ЛИМОНОВ?

ВЕРСИЯ  **АЛЬФА** интернет
агентство





В 2001 году Джордж Акерлоф стал лауреатом Нобелевской премии за свою работу “рынок лимонов”. В ныне очень известном документе, Акерлоф объяснил когда имеется значительный разрыв знаний об услуге между покупателем и продавцом, то продавцы часто пользуются этим, чтобы назначить завышенную цену на свои услуги.

**«ПРОДАВЕЦ ЧАСТО
ПОЛЬЗУЕТСЯ
ОТСУТСТВИЕМ ЗНАНИЙ
У ПОКУПАТЕЛЯ»**

Наиболее чётко этот принцип продемонстрирован в сфере продажи поддержанных автомобилей. До введения CARFAX на американском рынке обычному покупателю было невозможно узнать историю автомобиля, кроме как опираясь на внешний вид автомобиля и слушая, что говорит продавец

«Что может быть лучше для создания ценности у товара, чем поднятие цены на него?»

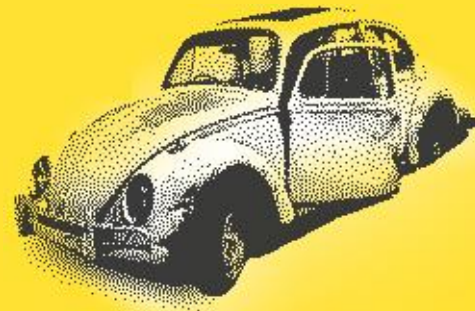
- В результате люди покупающие автомобиль основывают свои решения воспринимаемыми ценностями автомобиля. Лучшее решение для такой ценности - это поднятие цены на него.



Много денег можно заработать, продавая поддержанные автомобили, которые имели дефекты. Это на порядок выгоднее, чем реализовывать по дорогой цене действительно хороший автомобиль. Продавцы старых авто начали продавать только дефектные машины по низкой цене, вытесняя хорошие автомобили с рынка.

- Что общего у всего этого с SEO-рекламой?
Абсолютно всё!**

Малый и средний бизнес при покупке SEO-услуг очень мало знают о том, что представляет собой разница между хорошим и плохим SEO. К несчастью многие компании будут продавать плохое SEO по цене хорошего. Постепенно вытесняя хорошее SEO с рынка.



Что общего у всего это с рынком SEO-услуг? Абсолютно всё!

Реальные затраты и выгоды рейтинга №1:

- В отличие от контекстной рекламы, Яндекс-Директ и Google Adwords, множество людей считают рекламу SEO как бесплатную или халявную. Однако стоимость эффективного SEO устанавливается конкуренцией. Ваша компания не против Яндекс или Google. Ваша компания против всех тех, кто стоит выше вас в поисковой выдаче. Вы боритесь только с теми, кто оказался выше вас по каким-то причинам.

Большинство людей считают SEO-трафик бесплатным

В SEO победители забирают самый большой кусок рынка

Первые 3 результата в поисковой выдаче забирают 55% всех посетителей

- Причём первое место получается в 2 раза больше кликов чем второе.
- После достижения топовых позиций в поисковой выдаче и увидев эффективное воздействие SEO оптимизации на прибыль компании.
- Следует начинать активно реинвестировать полученные средства.
- Это необходимо для создания доминантного положения и его последующего удержания для предотвращения конкуренции со стороны занимающих более низкие места конкурентов.

Реинвестирование в SEO

- Кроме того, только настоящие seo-компании имеют доступ к лучшим аналитическим данным и исследованиям, предоставляя этим большое преимущество перед всеми веб-студиями и фрилансерами.
- Только seo-компании позволяют выбрать верную стратегию реинвестирования.

Барыги-продавцы о рынке лимонов

- С тех пор как SEO стало популярным термином в онлайн-мире, различные компании без опыта и знаний для осуществления эффективных SEO кампаний, активно его применяют, чтобы получить свой кусок пирога или даже весь пирог полностью.
- **Многие студии веб-дизайна буквально за ночь переквалифицировались в сео-специалистов.**
- Некоторые утверждают что “SEO это изменения в коде страниц”, а другие утверждают что главное в SEO это построение правильного юзабилити для посетителя.



ЭТО КОД СТРАНИЦЫ!

*НЕТ, ЭТО
ОТНОШЕНИЯ
С КЛИЕНТАМИ*

Но большинство из них не в состоянии понимать те области, которые создают или разрушают SEO-кампанию, например, такие как построение ссылочных пирамид, накрутка поведенческих факторов, влияние соц. сигналов и другие важные методы поисковой оптимизации сайтов.

Афёры на рынке SEO-услуг



- Многочисленные регистраторы доменов ,веб-хостеры и студии дизайна могут попытаться допродать дополнительные услуги своим текущим клиентам с ложными представлениями о SEO, всего за 200-400 долларов в месяц.
- Эти услуги совершенно не влияют на ранжирование сайта для поисковых машин и вообще являются не более чем афёрой и игрой с доверием лояльных клиентов.
- Любимым продуктом в подобных компаниях- является пакет SEO-услуг.
- За 5 или 10 тысяч рублей обещают поставить 1000 ссылок на ваш сайт или обещают топовые позиции уже через месяц работы.

Подавляющее большинство услуг полностью неэффективны

- Почтовые спамеры, службы телемаркетинга и даже некоторые SEO-агентства агрессивно предлагают SEO услуги бизнесу по невероятно низким ценам.
- Многие из этих компаний привязывают клиента на долгосрочный конфиденциальный договор, который невозможно расторгнуть, даже если никаких услуг не выполняется вообще.
- Подавляющее большинство услуг полностью неэффективны. А если и имеют какие-то результаты то в большинстве случаев они краткосрочны и получены вследствие рискованных тактик.
- Которые приведут к серьёзным санкциям в будущем. Многие стратегии по большому нагону трафика на сайт относятся как раз к этому виду стратегий.

ТОП-10 за 30 дней

- Часто используемая мошенническая тактика состоит в том что гарантируется войти в топ-10 за 30 дней.
- Мошенничество не в том, что сайт не попадёт в топ-10, а в том что он будет ранжироваться по словам, которые никто не ищет или в поисковой системе, которой никто не пользуется.



Нет препятствий на входе

- Любая кто пользуется интернетом ежедневно уже более 6-ти месяцев и имеет уже некоторые практические знания SEO-терминов может претендовать на звание SEO-эксперта.
- И начинать продавать SEO услуги ничего неподозревающим клиентам. Нужны различные дипломы и успешные портфолио исполнителей? Всё это не имеет никакой практической ценности в отрасли, где каждые 4 месяца меняются алгоритмы работы поисковых систем. Успешные работы в прошлом никогда не говорят об успешных работах в будущем.

- -Я SEO-оптимизатор!
- -Кто так решил?
- -Я сам решил.



- Существует несколько отраслевых рейтингов веб-сайтов, предлагающих как кажется объективную систему ранжирования из SEO-компаний. В самом деле сайты преобладающие в этих рейтингах являются одними из худших игроков в отрасли SEO, которые платят серьезные деньги, чтобы быть перечисленными в этих рейтингах.

Мастерство в контекстной рекламе не равно мастерству в SEO



- Поняв, что это сильно помогает для формирования и привлечения клиентов. Многие SEO-компании реинвестируют свои денежные средства в данную тактику.
- Присоединяются к различным торговым организациям и альянсам.
- Многие компании, страницы своих сайтов украшают десятками значков так называемыми источниками доверия и рейтингами различных информационных порталов.

Что общего у SEO и контекста?

Ничего!

- Множество маркетинговых агентств имеют сертификацию Google Adwords и указывают значки от этого на своих страницах. Большинство людей которые ищут поставщика SEO-услуг рассматривают это как источник доверия с точки зрения поисковых машин.
- В самом деле, это не имеет ничего общего с поисковой оптимизацией, создавая ложное чувство надёжности безопасности для потребителей. Эти значки являются всего лишь манипуляцией над посетителями.
- Директива рекламных объявлений гласит: Google Adwords не разрешает размещать объявления которые делают неточное описание, имеют превосходную степень или непроверенное предложение.
- Хотя они могут это применить в некоторых отраслях своего поиска, однако, это явно не тот случай когда дело доходит до поиска связанного с поисковой оптимизацией. Объявления в поисковой выдаче часто заполнены сайтами у которых на первой странице собраны различные вымышленные рейтинги или гарантирующие топ-10 с гарантией и часто попросту предназначены для обмана необразованных потребителей рекламных услуг.

Многочисленные Бизнес-модели по настоящему талантливых seo-компаний.

- Только как seo-мастера. Их умения и волны возможностей открывающиеся для них.



Большие корпорации, которые по-настоящему ценят значение талантливых SEO-специалистов нанимают их с гонораром > 300 т.р/мес



Создание собственных интернет-магазинов для продажи физических товаров



Прямые продажи



Покупка - продажа доменных имён (киберсквоттинг) и веб-сайтов



Аффилированный маркетинг



Контекстная реклама



Создание собственных инфо-продуктов



Партнёрство с веб-мастерами для увеличения доходов

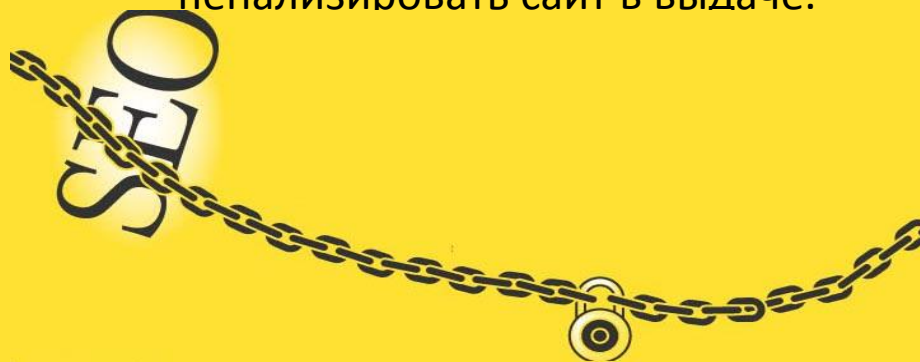
Умение продавать или экспертность?

- Некоторые оптимизаторы сосредотачиваются исключительно на продажах и говорят клиентам: «Это будет сделано» вне зависимости от того как это на самом деле.
- Более опытные оптимизаторы, которые заботятся о качестве своих услуг, часто используют выражение "может быть" и подобные, потому что поиск это одновременно сложная и постоянно меняющаяся система.
- Парадоксально, как правило, чем серьёзнее человек или компания продающие SEO услугу, тем меньше шансов что они заслуживают доверие.



Нет никакого стимула, чтобы делиться историями успеха.

- Если успешная SEO компания делится своими успехами, она рискует привлечь конкуренцию в свою нишу и пристальное внимание со стороны ассесоров поисковых систем
- Кто-то, кто хорошо разбирается в SEO часто может изучить стратегию другого специалиста, что сделает её абсолютно непригодной для использования этой стратегии будущем.
- Некоторые оптимизаторы готовы сочинять сказки, чтобы достичь своей цели. Хотят ли они заработать имя в индустрии или нанести вред своим прямым конкурентам.
- Некоторые оптимизаторы прибегают к тактике и стратегии, которые могут привести к падению другого сайта.
- Даже если некоторые стратегии не будут явно или открыто играть "не по правилам" поисковые ассесоры по прежнему могут пенализировать сайт в выдаче.



SEO бренд

- Большинство людей занимающихся SEO прекрасно понимают что нужно и важно продавать себя , как и своих клиентов. Проблема в том, что практически каждый пытается утвердиться, так называемым, авторитетом в этой области.
- Это занимает чрезвычайно много времени и это делает практически невозможным качественную работу. Немногие люди имеют время, чтобы изучить все технические области SEO, продать себя, посетить отраслевую конференцию, а затем найти время для работы с клиентами.
- В результате многие из самопровозглашенных лидеров просто используют свой бренд чтобы привлечь побольше потенциальных клиентов и затем отправляет этих клиентов в офис, где зачастую стажёр или студент будет работать с их проектом.
- Множество SEO компаний используют свой бренд для привлечения большого количества потенциальных клиентов – лидов. Затем передают этих клиентов на аутсорсинг фрилансерам или мелким компаниям, забрав большую часть сделки себе за своё имя.



Это очень трудно масштабируемая бизнес модель на основе клиента .

- Поиск это игра с нулевой суммой. Чей-то успех означает чей-то крах.
- Постоянно происходят большие изменения алгоритмов.
- Некоторые сайты выигрывают, а некоторые сайты теряют.



Алгоритмы поисковых систем

- Трудно иметь соответствующий размер бизнеса будучи SEO-специалистом. Когда всё меняется, то больше труда необходимо для исследований, испытаний, и внедрения новых стратегий. В отличие от ситуаций когда всё статично.
- Если изменения алгоритма создают новые возможности, то некоторые клиентские модели могут не позволить эти возможности использовать в полной мере. Оптимизаторы должны внести обязательные существенные изменения в стратегию с большой клиентской базой? (ведь появления алгоритмов Панда, Пингвин, Арзамас, Спектр только способствуют этому)

• Какой же
ВЫХОД ИЗ
ВСЕГО ЭТОГО?

Решение найдено!



- Знания
- Терпение
- Вложения
- Тестирование
- Самостоятельное изучение
- Непрерывное обучение

Заходите на наш сайт и изучайте SEO
Вместе с нами.

Множество полезных книг и
материалов, написанных нами.

Звоните нам и получайте бесплатный
аудит своего сайта.

Теперь ваш бизнес в безопасности!

Наша забота о вас 😊



Множество материалов и исследований в наших книгах на сайте <http://alfa50.ru>

Звоните нам +7 926 120 5001 и заказывайте поисковое продвижение своего сайта напрямую у профессионалов.



Книга подготовлена:

- Разработка дизайна:
- SEOWOOK.com (США)
- Анализ и текст:
«Альфа» Серпухов,
Россия
- Источники материала:
собственные
исследования+
материалы нашего
американского
коллеги Johnon.